

OPINNÄYTETYÖ

**MIKAEL KUJALA JA OLLI
NOROKORPI 2011**

**VILLIN POHJOLAN KANSAINVÄLISTEN
KÄMPPÄASIAKKAIDEN
MATKUSTUSMOTIIVIEN JA TOIVEIDEN
KARTOITUS**



**Rovaniemen
ammattikorkeakoulu**
University of Applied Sciences
LUC

**HOTELLI- JA RAVINTOLA-ALAN
KOULUTUSOHJELMA**



ROVANIEMEN AMMATTIKORKEAKOULU

MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA

Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

Opinnäytetyö

VILLIN POHJOLAN KANSAINVÄLISTEN KÄMPPÄASIAKKAIDEN MATKUSTUSMOTIIVIENTEN JA TOIVEIDEN KARTOITUS

Mikael Kujala, Olli Norokorpi

2011

Toimeksiantaja Villi Pohjola

Ohjaaja Ari Kurtti

Hyväksytty 28.10.2011

Tekijä	Mikael Kujala ja Olli Norokorpi	Vuosi	2011
Toimeksiantaja Työn nimi	Villi Pohjola Villin Pohjolan kansainvälisten kämpppäasiakkaiden matkustusmotiivien ja toiveiden kartoitus		
Sivu- ja liitemäärä	50 + 14		

Mökkikapasiteetti Suomessa kasvaa jatkuvasti ja kilpailu asiakkaista kovenee mökinvuokrauspalveluja tarjoavien yritysten kesken. Kapasiteetin täyttämiseksi ja uusien asiakkaiden saavuttamiseksi asiakaskenttää on aktiivisesti laajennettava kansainvälisille markkinoille. Tutkimuksen tavoitteena oli vastata erityisesti kysymykseen: Miksi kansainväliset asiakkaat tulevat Suomeen mökkilomallensa? Tutkimuksen avulla Villi Pohjola voi suunnata markkinointiaan ja tuotteitansa tehokkaammin kansainvälisten asiakkaiden toiveita vastaaviksi.

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena sähköpostikyselynä Villin Pohjolan vanhoille, mökkipalveluita jo käyttäneille kansainvälisille asiakkaille. Kysely toteutettiin Villin Pohjolan toiveesta erikseen venäläisille asiakkaille tiivistetympänä versiona heidän äidinkielellään. Tällä tavoin saavutettiin paras mahdollinen vastausaktiivisuus Villin Pohjolan tärkeimmän kansainvälisen asiakasryhmän, eli venäläisten osalta.

Vastausten avulla rakennettiin kuva tyypillisen Villin Pohjolan kansainvälisen kämpppäasiakkaan matkustajaprofiilista. Tutkimuksen perusteella kansainväliset asiakkaat matkustavat ryhmissä rentoutumaan koskemattoman luonnon keskelle, eikä heillä ole suuriakaan vaatimuksia mökin varustetason tai ympäröivien kunto- hyötyliikunta- ja harrastustaktiiviteettien suhteen, vaan mökkiä ympäröivä puhdas luonto ja sen läheisyys, sekä oma rauha on päämotiivi matkustamiselle ja kohteen valinnalle.

Avainsanat

mökkimatkailu, luontomatkailu, matkustusmotiivi,
kansainvälinen

Author	Mikael Kujala and Olli Norokorpi	Year	2011
Commissioned by	Wild North		
Subject of thesis	The Travel Motives and Desires of Wild North's International Cabin Holiday Customers		
Number of pages	50 + 14		

The cabin capacity in Finland is constantly growing and competition for customers is becoming harder among companies offering cabin rental services. The market must be actively extended to the international level to fill up the capacity and to reach new customers. The goal of this study was to answer particularly the question: Why do international customers come to Finland to spend their cabin holiday? With the help of this study, Wild North can aim their marketing and products to match the hopes of their international customers more efficiently.

The research was put into practice via a quantitative e-mail survey and was aimed at Wild North's existing customers who had already used Wild North's cabin services. Wild North wished the survey to be carried out separately for Russian customers as a more compact version and in Russian. This way the best response activity regarding the most important international customer group for Wild North, the Russians, could be reached.

Through the responses, a frame of a typical Wild North's international cabin holiday customer's tourist profile was built. Based on the study, international customers travel in groups to relax in the middle of untouched nature. They do not have high requirements regarding the level of amenities of the cabin or surrounding activities. Instead, the proximity of the surrounding pure nature and calm and peaceful environment is the main motive for choosing the destination for travel.

Key words

cabin holiday, nature travel, travel
motive, international

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	VILLI POHJOLA	2
2.1	Villin Pohjolan esittely.....	2
2.2	Villin Pohjolan mökit	3
2.3	Villin Pohjolan kämppäloma	4
2.4	Kämpän luokittelu käyttötarkoituksen mukaan.....	5
2.5	Kämpän luokittelu varustetason mukaan	6
3	MÖKKIKULTTUURI.....	8
3.1	Termien määrittely.....	8
3.2	Mökkikulttuurin kehittyminen	8
3.3	Mökkien sijoittuminen Suomessa	10
4	LUONTOMATKAILU	12
4.1	Luontomatkailun määrittely	12
4.2	Luontomatkailu Suomessa	13
4.3	Kansainvälinen luontomatkailijan profiili	14
4.3.1	Kansainvälisen luontomatkailijan näkemys Suomesta	15
4.3.2	Suomen luonnon vetovoimatekijät kansainväliselle luontomatkailijalle.....	16
4.4	Kestävän matkailun periaatteet	17
4.4.1	Kestävyys luontomatkailussa ja Villissä Pohjolassa	18
4.4.2	Suomen vetovoimatekijät.....	19
5	LUONTOMATKAILUAKTIVITEETIT.....	21
5.1	Luontomatkailuaktiviteettien jaottelu.....	21
5.2	Kunto- ja virkistyskeskeiset aktiviteetit	21
5.2.1	Maastohiihto	22
5.2.2	Eräretkeily ja vaeltaminen.....	22
5.2.3	Melonta.....	23
5.2.4	Muut kunto- ja virkistyskeskeiset aktiviteetit	24
5.3	Hyötyliikunta-aktiviteetit	24
5.3.1	Kalastus.....	25
5.3.2	Metsästys	26
5.3.3	Sienestys ja marjastus	27
5.4	Harrastus- ja muut aktiviteetit	27
6	TUTKIMUSPROSESSI	28
6.1	Tutkimusongelma- ja suunnitelma.....	28
6.2	Tutkimuksen valmistelu	28
7	TUTKIMUSTULOKSET	32
7.1	Tulosten analysointi.....	32

7.2	Vastaajien henkilötaustat.....	33
7.3	Villin Pohjolan vetovoimaisuus ja tavoitettavuus	35
7.4	Vaatimukset mökkien suhteen	36
7.5	Suomen vetovoimatekijät	37
7.6	Vastaajien harrastamat aktiviteetit.....	40
8	JOHTOPÄÄTÖKSET	42
9	POHDINTA	45
	LÄHTEET	47
	LIITTEET	51

1 JOHDANTO

Opinnäytetyössä selvitetään ja kartoitetaan Villin Pohjolan kansainvälisten kämppäasiakkaiden matkustusmotiveja ja toiveita Suomeen ja Villiin Pohjolaan liittyen. Opinnäytetyötä varten tehdyn kyselyn tuloksia vertaillaan työssä esitettyyn teoriaan ja väittämiin. Kyselyllä saadun informaation ja kerätyn teoriatiedon avulla pyritään rakentamaan kuvaa Villin Pohjolan kansainvälisen kämppäasiakkaan matkustajaprofiilista.

Asiakasrekisteriin perustuva tutkimus tehtiin toimeksiannon pohjalta. Mökinvuokrausyritysten jatkuvasti tiukentuva kilpailu asiakkaista on antanut aihetta tämänkaltaisen tutkimuksen tekoon. Tutkimuksella saatujen tietojen avulla on tarkoitus kehittää erityisesti kansainvälisiin asiakkaisiin kohdennettua markkinointia. Aikaisempaa samankaltaista tutkimusta ei kansainvälisistä kämppäasiakkaista Villillä Pohjolalla ollut tehty. Tutkimusta varten saatiin käyttöön Villin Pohjolan tuorein kansainvälisten kämppäasiakkaiden asiakasrekisteri.

Työn teoriaosuus alkaa Villin Pohjolan yritysesittelyllä, jonka jälkeen kerrotaan tarkemmin Villin Pohjolan kämppäloma-toiminnasta. Villiä Pohjolaa käsittelevän luvun jälkeen vuorossa on pikainen katsaus suomalaisen mökkikulttuurin kehittymiseen. Tämän jälkeen käsitellään kattavasti luontomatkailua. Seuraavissa luvuissa keskitytään käsittelemään erityisesti suomalaista luontomatkailua ja suomalaisessa luonnossa harrastettavia luontoaktiviteetteja. Luvussa esitellään myös aikaisempien tutkimusten luoma kuva kansainvälisestä luontomatkailijasta Suomessa. Luontomatkailu osion viimeisessä luvussa käsitellään kestävän matkailun periaatteita ja niiden toteutumista luontomatkailussa.

Varsinaisen tutkimusosion aluksi keskitytään esittelemään tutkimusprosessin kulkua. Ensimmäisessä pääluvussa esitellään tutkimusongelma, tutkimussuunnitelma, ja kerrotaan tutkimuksen valmisteluun liittyvistä seikoista. Luvussa tutkimuksen tulokset havainnollistetaan tutkimuksen tuloksia kaavioin ja sanallisin selostuksin. Tutkimusosion lopuksi esitellään johtopäätöksiä, jotka on muodostettu tutkimuksen tuloksia työn teoriaosuuteen peilaamalla.

2 VILLI POHJOLA

2.1 Villin Pohjolan esittely

Villi Pohjola on Metsähallituksen konserniin kuuluva erä- elämys- ja ohjelmapalveluiden tuottamiseen keskittynyt matkailumarkkinointiyksikkö. Villi Pohjola on kestävän matkailun uranuurtajia ja alallaan se on Pohjois-Skandinavian johtavia toimijoita. Villin Pohjolan toiminta on suuntautunut ensisijaisesti erämatkailu- ja kämppälomapalveluiden tarjoamiseen, mutta sen toimintakenttään kuuluu myös valtion maiden maksullisten kalastus-, metsästy- ja moottorikelkkalupien markkinointi ja myynti. (Villi Pohjola 2011.)

Villiin Pohjolaan kuuluu myös ohjelmapalveluyhtiö Eräsetti Oy, joka järjestää moottorikelkka-, husky- ja porosafareita Rovaniemellä ja Saariselällä. Villillä Pohjolalla ja Eräsetillä on yhteinen johtoryhmä, ja molemmat yhtiöt ovat osa Metsähallituksen liiketoimintaportfoliota. Eräsetin ja Villin Pohjolan kansainvälinen markkinointi toimii Eräsetti Wild North -brändin alla. (Metsähallitus 2008.)

Villin Pohjolan pääasiakaskuntaa ovat kotimaiset ja kansainväliset yritys- ja matkanjärjestäjäasiakkaat sekä kotimaiset yksityiset erä- ja luontoharrastajat. Asiakkaiden toiveet pyritään täyttämään tarjoamalla heille elämyksiä suomalaisessa luonnossa. Villin Pohjolan palvelutarjonnasta löytyy samalla kertaa majoitus- tai kokous-kohde, opastukset, ruokailut ja monipuolinen aktiviteetti- ja retkiohjelmisto. (Villi Pohjola 2011.)

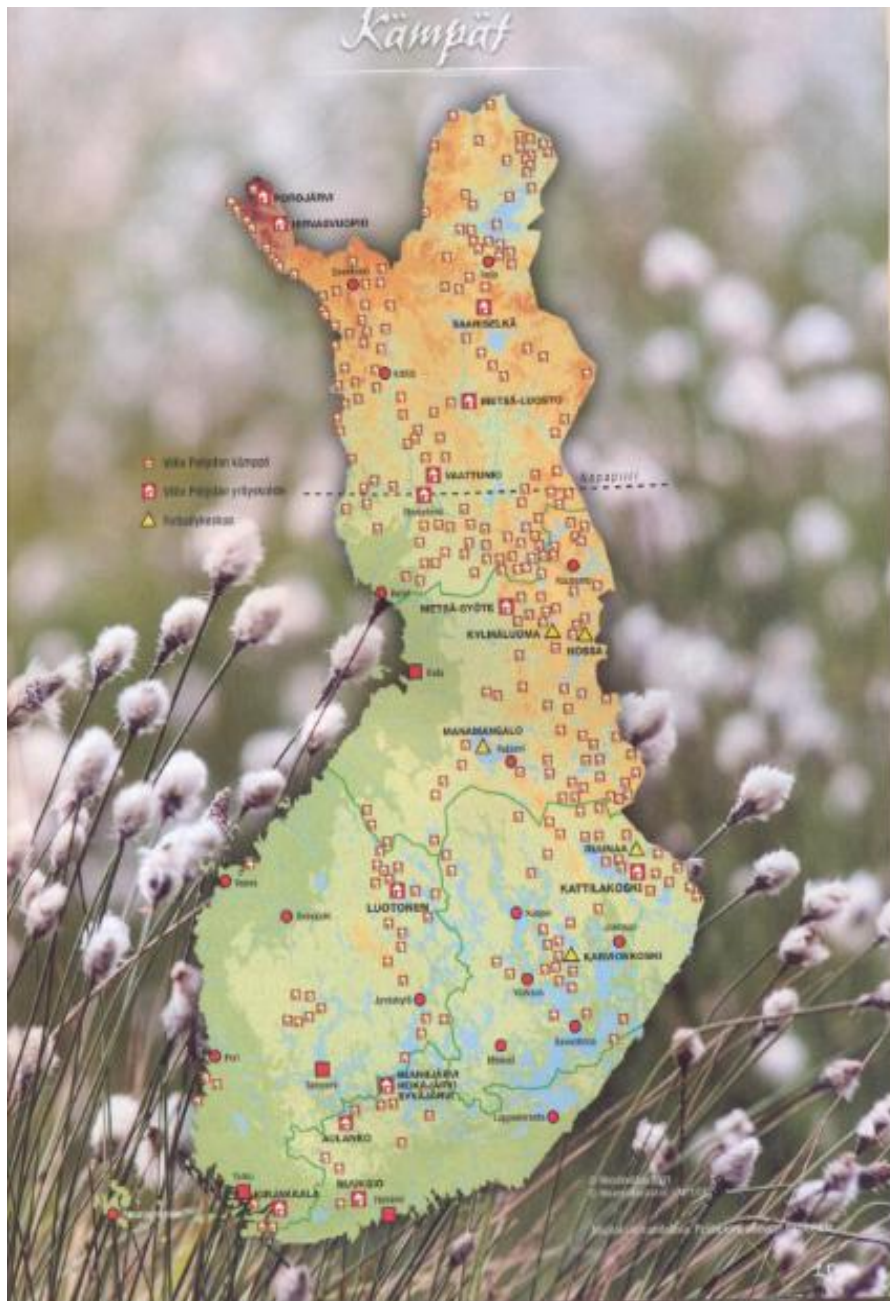
Villi Pohjola on ennen kaikkea valtakunnallinen toimija. Aktiivinen verkostoituminen pienyrittäjien kanssa on luonut Villille Pohjolalle laajan yhteistyöverkoston, joka levittäytyy ympäri Suomen. Juuri aktiivisen verkostoitumistoinnin ansiosta Villi Pohjola on kyennyt luomaan monipuolisen ja toimivan palvelutarjontansa. (Metsähallitus 2006.) Esimerkiksi kämppäyrittäjien kanssa toteutetun yhteistyön tuloksena on syntynyt Villin Pohjolan yli 500 vuokramökin verkosto.

2.2 Villin Pohjolan mökit

Villin Pohjolan mökkiverkosto levittäytyy ympäri Suomen painottuen kummin-kin pääosin pohjoiseen Suomeen (Kuvio 1). Eteläisimmät mökit sijaitsevat Nuuksion kansallispuistossa pääkaupunkiseudun lähetyvillä, kun taas pohjoisimmat mökit löytyvät Suomen pohjoiskärjestä, Nuorgamista asti. (Villi Pohjola 2011.)

Alueellisesti tarkasteltuna mökkejä on reilusti eniten Lapissa, jossa mökkien kokonaismäärä on noin 200. Mökit sijoittuvat melko tasaisesti eri puolille Lappia. Seuraavaksi eniten mökkejä sijaitsee entisessä Oulun läänissä, jossa mökit ovat keskittyneet suurelta osin Kainuun alueelle. Entisen Oulun läänin kokonaismökkimäärä on noin 100 mökkiä. Itä-Suomi on Villin Pohjolan kolmanneksi suurin alue mökkimäärissä mitattuna. Itä-Suomenkin mökkiluku nousee noin sataan ja mökit sijoittuvat lähinnä Pohjois-Karjalan vesistöjen äärelle. Länsi-Suomessa Villin Pohjolan mökkejä on noin 50 kappaletta ja mökit levittäytyvät Parkanon seudulle, Euraan sekä pohjoiseen Keski-Suomeen. Etelä-Suomi on 22 mökillään Villin Pohjolan pienin mökkialue. Etelä-Suomen mökit sijaitsevat Evon, Nuuksion ja Teijon alueella lähellä isoja kasvukeskuksia. Yleisesti ottaen Villin Pohjolan mökit sijaitsevat useimmiten rauhallisilla luontopaikoilla vesistöjen läheisyydessä, etäällä naapureista. (Eräelämysopas 2011, 3, 15.)

Villin Pohjolan mökeistä noin 300 on välitysmökkejä, jotka ovat yksityisten yrittäjien omistamia. Villi Pohjola markkinoi ja myy välitysmökkejä samalla tavalla kuin omia mökkejään, mutta osa mökkien vuokratuloista menee mökin omistajalle. Mökkivaroituksia tehdään vuosittain noin 9500 kappaletta. Villi Pohjola ei rekisteröi mökkiseurueiden kaikkia jäseniä, ainoastaan varauksen tekijän tai maksajan tiedot tulevat rekisteriin. Seurueiden kesikooksi on arvioitu noin 5 henkeä, joten vuosittaisten mökkiasiakkaiden kokonaismäärä on noin 48 000 henkeä. (Keränen 2011.)



Kuvio 1. Villin Pohjolan kämpät (Eräelämysopas 2011, 15)

2.3 Villin Pohjolan kämppäloma

Villin Pohjolan markkinointisanastossa ”mökki”-termin sijasta käytetään pääasiassa termiä ”kämppä”, ja mökkituotetta markkinoidaan ”kämppälomana”. Kämppäloma ei ole tuotteena pelkästään majoitusta, sillä se sisältää lähes aina jonkin tai joitakin aktiviteetteja, joita harrastetaan yleensä omatoimisesti. Aktiviteetteja ovat muun muassa kalastus, metsästys, marjastus, retkeily, hiihto, kelkkailu, pyöräily sekä melonta. Aktiviteetit ovat sekä maksullisia, että maksuttomia palveluja. (Keränen 2002, 6.)

Tärkeimpiä ja halutuimpia aktiviteetteja ovat kalastus, metsästys ja retkeily. Kalastus on mahdollista lähes kaikilla kämpillä. Useilla kämpillä lähiveden viehekalastus- ja verkkokalastuslupakin kuuluvat kämppähintaan. Virkistyskalastusluvat sen sijaan täytyy lunastaa erikseen. Metsästys on melkein yksinomaan kanalintujen metsästystä, mutta jonkin verran kämppiä käytetään myös jänisten, vesilintujen ja hirvenpyynnin yhteydessä. Osa lupakiintiöstä on varattu kämppien käyttäjille. Retkeilyä harrastetaan paitsi varsinaisilla retkeily- ja suojelualueilla, myös kämppien lähiympäristössä. Monesti retkeilyyn liittyy myös marjastus tai sienestys. Talvella kysytään kämppiä, joiden lähitöällä on huollettuja hiihtolatuja. Moottorikelkkailijat käyttävät kämppiä harvemmin, sillä usein kelkkailijat kulkevat hiihtokeskuksesta toiseen ja kuljettavat vähän varustusta mukanaan. (Keränen 2002, 6.)

2.4 Kämpän luokittelu käyttötarkoituksen mukaan

Villin Pohjolan kämpät on luokiteltu pääasiallisen käyttötarkoituksen ja varustelun mukaan. Valikoimasta löytyy vaihtoehtoja niin pienen kuin suuremmankin seurueen erä- ja retkeilyharrastuksiin, perheen yhteiseen luontolomaan tai yritysporukan kokous- tai elämysmatkaan. (Eräelämysopas 2011, 14; Villi Pohjola 2011.) Villin Pohjolan Internet-sivuilla navigointia on pyritty helpottamaan luomalla vielä yksityiskohtaisempi luokittelu ottamalla mukaan kala-, retki- ja jahtikämpä -luokittelu. (Eräelämysopas 2011, 14.)

”Eräkämpä” tarjoaa perinteistä perusmajoitusta keskellä luonnon rauhaa. Se soveltuu erityisesti pienten ryhmien kalastus-, metsästys- ja retkeilyharrastuksiin. Jotkut eräkämpät ovat vaikeasti saavutettavissa eikä kaikille kämpille pääse autolla pihaan asti. Ulkoisilta puitteiltaan ne ovat yleensä yksinkertaisia ilman kummempia mukavuuksia. (Eräelämysopas 2011, 14; Villi Pohjola 2011.)

”Lomamökki” on varustukseltaan kohtalainen ja sopii pienten ryhmien kalastus-, metsästys- ja retkeilyharrastuksia varten sekä perheiden luontoharrastuksiin. Lomamökkien pihaan pääsee yleensä autolla. Useimmissa lomamö-

keissä on myös sähköt ja juokseva vesi. (Eräelämysopas 2011, 14; Villi Pohjola 2011.)

”Savottakämppä” on ensisijaisesti ryhmiä varten, jotka haluavat majoittua keskellä luontoa. Valikoimasta savottakämppeä löytyy varustukseltaan hyvin monenlaisia, alkeellisista sähköttömistä kämpistä aina kaikilla mukavuuksilla varusteltuihin vaihtoehtoihin. (Eräelämysopas 2011, 14; Villi Pohjola 2011.)

”Kokouskämpä” täyttää korkeatkin varusteluja palveluvaatimukset silloin, kun halutaan lomailun, kokouksen tai asiakastilaisuuden sujuvan vaivattomasti. Kohteissa on kaikki mukavuudet. Saatavilla on lisäksi täysihoitopalvelut ja monipuolisia opastettuja retkiä. (Eräelämysopas 2011, 14; Villi Pohjola 2011.)

”Retkeilykeskukset” ovat monipuolisia harrastuskeskuksia, joista löytyy mökkimajoituksen lisäksi luontoharrastusmahdollisuuksia. Retkeilykeskukset soveltuvat kalastusta ja retkeilyä harrastaville perheille, matkailuautoilijoille, telttailijoille ja ryhmille, joille palveluiden saanti on tärkeää. Retkeilykeskuksen alueella on muun muassa retkeilyreittejä, kalastuspaikkoja sekä leikkipaikkoja lapsille. (Eräelämysopas 2011, 14; Villi Pohjola 2011.)

2.5 Kämpän luokittelu varustetason mukaan

Käpyluokitus kuvaa Villin Pohjolan mökkien normaalia varustetasoa. Jokaisen kämpän perusvarustukseen kuuluu patjat, peitot, tynnyt ja perusastiasto. Käytettävissä on lisäksi polttopuut, tiskiaineet, siivousvälineet ja aineet sekä wc-paperit. (Eräelämysopas 2011, 14.) Näiden ominaisuuksien lisäksi käpyluokitus määrää mökkien varustetason seuraavasti:

1 Käpy

- yksi huone nukkumiseen ja ruokailuun, ei mukavuuksia
- keittonurkkaus
- puu- tai nestekaasuliesi
- kamiina tai muu tulisija
- kylmäsäilytystila

- kerrossängyt tai siskonpedit patjoineen, tyynyineen ja huopineen
- valaistukseen kynttilä ja / tai myrskylyhty
- sauna
- ulkotulipaikka tai keittokatos

2 Käpyä

Yhden kävyn ominaisuuksien lisäksi:

- kaivo tai muu puhdas vesi lähellä
- erillinen keittiö / keittiönurkkaus
- sähkö- nestekaasu- tai aurinkopaneelivalo
- mahdollisesti erillisiä makuuhuoneita

3 Käpyä

1-2 kävyn ominaisuuksien lisäksi:

- jääkaappi, uuni ja työtaso
- juokseva vesi
- sähkövalot
- peruslämpö

4 Käpyä

1-3 kävyn ominaisuuksien lisäksi:

- keittiö täysin koneellistettu; astianpesukone, mikroaaltouuni jne.
- vaatteiden kuivaustilat
- peseytymistilat suihkuineen

5 Käpyä

1-4 kävyn ominaisuuksien lisäksi:

- liinavaatteet
- loppusiivous
- ei kerrossänkyjä
- kokoustilat ja –varustelu
- mahdollisesti anniskelu-oikeudet

(Villi Pohjola 2011.)

3 MÖKKIKULTTUURI

3.1 Termien määrittely

Mökkirakennusta kuvaavien käsitteiden määrittely ei ole aivan yksiselitteistä, sillä sitä kuvaavat käsitteet mielletään usein monella eri tavalla. Perrelin ja Kankaan määrittely on seuraavanlainen: Kesämökillä viitataan rakennukseen, jonka varustetaso on yleensä melko vaatimaton ja rakennusta ei käytetä ympärivuotisesti. Kesämökki on tavallisesti yksityisessä omistuksessa ja sitä käytetään vain itse. Termit ”vapaa-ajan asunto” ja ”loma-asunto” viittaavat sekä yksityiseen mökkiin, että kaupalliseen majoitukseen. Termien ”asunto” ja ”mökki” ero on varustustasossa ja rakennuksen laadussa. Kakkosasunto puolestaan kertoo kokovuotisesta asuttavuudesta ja melko korkeasta varustetasosta. Termi ”huvila” käsitetään rakennukseksi, joka on suuripinta-alainen ja varustetasoltaan korkea. (Perrels - Kangas 2007, 10.)

3.2 Mökkikulttuurin kehittyminen

Kotimaisen mökkikulttuurin ensi askeleet tapahtuivat 1900-luvun alussa, jolloin huvilaelämä huppeine puitteineen oli mahdollista vain pienelle yläluokan ryhmälle. Huvilaelämää vietettiin tilavissa kesäasunnoissa, joiden varustustaso ei yleensä paljoa poikennut ajan yläluokan varsinaisten ykkösasuntojen varustuksesta. Varakkaan väestön huvilat sijoittuivat pääosin Etelä-Suomen suurten kaupunkien lähiympäristöön, yläluokan kaupunkikotien läheisyyteen. (Kurri 2010; Sievänen – Pouta 2002, 178–179.)

1900-luvun alun huvilaelämän rinnalla oli olemassa jonkin verran vaatimattomampaakin mökkielämää. Muutamat teollisuustyöntekijät saattoivat omistaa pieniä palstoja, joille he rakensivat yleensä pienen kesämajan ulkoilun, palstaviljelyn tai kalastuksen tukikohdaksi. (Kurri 2010; Sievänen – Pouta 2002, 178–179.)

Loistokas huvilaelämä koki muutoksia Maailmansotien välisen ajan demokratisoituminen ja modernisaation toimesta. Uusien huviloiden arkkitehtuuri alkoi pelkistyä ja ulkoisten puitteiden sijaan kesäelämässä korostuivat keskiluok-

kaiset perhearvot, kuten urheilu, ulkoilu ja puutarhanhoito. Uudet vaatimattomammat kesäasunnot edustivat uutta arkkitehtuuria ja elämäntapaa sekä ajan yhteiskunnan ihanteita. (Kurri 2010; Sievänen – Pouta 2002, 178–179.)

Sotien jälkeen huviloiden rakentaminen lisääntyi voimakkaasti ja yhä useammin loma-asuntoa alettiin kutsua huvilan sijaan mökiksi. 1940 alusta 1960-luvulle tultaessa Suomen kokonaismökkimäärä oli nelinkertaistunut. 1960-luvulla mökkien lukumäärä oli yli 100 000 ja mökit sijoituivat enenemässä määrin muuallekin kuin Etelä-Suomen suurten kaupunkien ympäristöihin. Tavallisen kansan mökit olivat aluksi melko vaatimattomia saunamökkejä, jotka rakennettiin kotipaikkakunnan lähistölle, usein perintönä saadulle rantatontille. (Kurri 2010; Sievänen – Pouta 2002, 179.)

1960–1970 -lukujen elintason nousu ja kaupungistuminen lisäsivät mökkien määrää rajusti, koska suhdetta luontoon ja maaseutuun haluttiin yhä ylläpitää. Mökkien räjähdysmäinen kasvu alkoi aiheuttaa huolta rantamaisemien tuhoutumisesta ja tämän johdosta vuonna 1969 luotiin rantakaava-säännöstö ohjaamaan rantarakentamista haja-asutusalueilla. Jatkoksi säännöstölle laadittiin vielä 1980-luvulla rantojensuojeluohjelma, jolla pyrittiin turvaamaan luonnonsuojelullisesti tärkeitä ranta-alueita. (Kurri 2010; Sievänen – Pouta 2002, 179.)

Mökkirakentaminen oli kirjavaa 1960–70-luvuilla ja markkinoille tuli lukuisia mökki- ja saunamalleja. Hirsimökkien rinnalle ilmestyi matalia yksikerroksisia, ajan modernia asuntorakentamista heijastelleita huvilamalleja. Vaatimattoman mökkielämän rinnalla lomakodeilta alettiin vaatia väljempiä ja mukavampia puitteita, joissa saattoi viettää aikaa ympärivuotisesti. Lomamökkien varusteiksi oli nyt myös tarjolla uutta tekniikkaa, kuten sähkökiukaita ja kauko-ohjattavia lämmitysjärjestelmiä. (Kurri 2010).

Mökkirakentamisen huippuvuodet sijoittuvat 1980-luvulle. Vuonna 1980 laskettiin olevan noin 251 700 mökkiä ja vuosikymmen lopussa lukuun oli tullut jopa yli 100 000 lisäys. Mökkien määrää lisäsivät sekä uusien mökkien ra-

kentaminen että vanhojen asuinrakennusten ottaminen kesämökkikäyttöön. (Tilastokeskus 2007.)

Vuonna 1990 mökkejä oli noin 368 000, joka oli 46 % enemmän kuin vuonna 1980. Sittemmin mökkirakentaminen on tasaisesti vähentynyt ja nykyisin mökkejä valmistuu enää noin 4000 mökin vuosivauhtia. (Tilastokeskus 2007.) Viimeisimmän tilaston mukaan Suomessa oli vuoden 2009 lopussa noin 485 118 kesämökkiä (Tilastokeskus 2011).

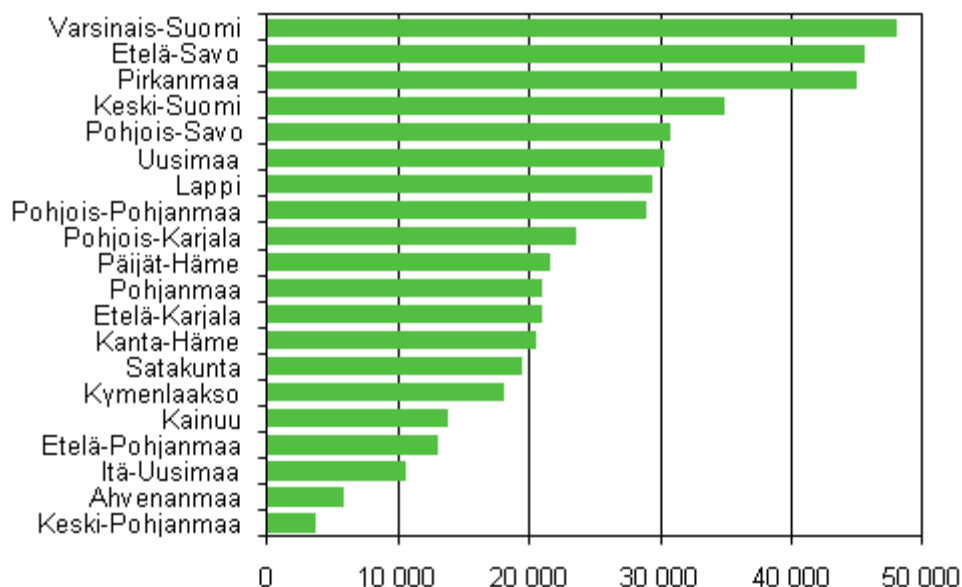
1980-luvun nousukauden myötä muotiin ovat palanneet isot hyvin varustellut hirsihuvilat. Nykyisin mökkien malli valitaan suoraa usein talotehtaiden hirsihuvila- ja saunamökkimallistoista. Mökkien tekninen varustetaso on kohonnut 1980-luvun lopulta lähtien, ja useimmat uudet vapaa-ajan asunnot varustetaan ympärivuotisesti asuttaviksi kakkoskodeiksi. Varhaisempaan mökkeilyyn liittyvä vaatimattomuus ja yksinkertaisuuden korostaminen on hiljalleen hävinnyt uusia mökkejä rakentaessa. Uusvanhoja hirsihuviloita saattavat koristaa esimerkiksi 1900-luvun alun huvilarakennuksista vapaasti lainatut tyylipiirteet. Voidaankin sanoa, että mökkirakentamisessa on palattu osaksi sadan vuoden takaiseen huvilatyyppiseen rakennusmalliin. (Kurri 2010.)

3.3 Mökkien sijoittuminen Suomessa

Suomessa mökkien sijoittumiseen vaikuttaa ennen kaikkea luonnonolot. Suurin osa mökeistä on vesistöjen äärellä, valtaosa sijoittuu erityisesti järvien tai lampien rantaan. Noin joka kymmenes mökki sijaitsee meren rannassa ja mökkikannasta 12 % sijaitsee saaristossa. Mökeistä noin 15 %:lla ei ole omaa rantaa tai on sijoittuneena yli 100 metrin päähän lähimmästä vesistöstä. (Nieminen 2009, 25.)

Maakunnittain mökkien määrä vaihtelee suuresti (Kuvio 2). Vuoden 2009 lopussa mökkejä laskettiin olevan eniten Varsinais-Suomessa, jossa summaksi saatiin noin 48 000 mökkiä. Etelä-Savon ja Pirkanmaan luku kohosi myös yli 45 000 laskettuun mökkiin. Ne ovat myös tiheimmin rakennettuja seutuja. Mökkejä oli 3-5 ja paikoin yli 5 neliökilometrillä. Vähiten kesämökkejä oli Keski-Pohjanmaalla ja Ahvenanmaalla. Keski-Pohjanmaalla mökkejä oli 3800 ja

Ahvenanmaalla 5900. Luonnonolojen lisäksi hyvät liikenneyhteydet ja etäisyydet kotoa vaikuttavat mökkien sijoittumiseen. Nämä seikat selittävät pitkälti sitä, että miksi suurin osa mökeistä sijaitsee kasvukeskusten läheisyydessä. (Tilastokeskus 2010; Nieminen 2009, 25.)



Kuvio 2. Kesä mökkien määrä maakunnittain vuonna 2009 (Tilastokeskus 2010)

2000-luvulla mökkirakentaminen on ollut vilkkainta Lapissa ja Etelä Savossa, jonne vapaa-ajan asuinrakennuksia rakennetaan vuosittain keskimäärin yli 400. Lapissa rakentamista voidaan selittää hiihtokeskusten mökkikylien määrän kasvulla. Tästä huolimatta Lappi on muuhun maahan verraten harvaan rakennettu, koska mökkitiheys on alle yksi mökki neliökilometrillä. (Hirvonen - Puustinen 2008, 22; Tilastokeskus 2010.)

Seuraavaksi eniten mökkejä valmistuu Varsinais-Suomessa, jossa vapaa-ajan asuntoja valmistuu keskimäärin 380–400:n vuosivauhdilla. Kesä mökkikantaa tarkastellessa kannattaa ottaa huomioon se seikka, että mökkikanta ei kasva suoraan uudisrakentamisen kautta. Mökkikanta voi vaihdella myös sen takia, että osa kesä mökeistä siirtyy vakinaisiksi asunnoiksi tai poistuu muuten käytöstä. (Tilastokeskus 2010.)

4 LUONTOMATKAILU

4.1 Luontomatkailun määrittely

Luontoon perustuvalle matkailulle tai luontomatkailulle ei ole olemassa yhtä laajasti tunnustettua määritelmää. Yleisesti se määritellään luontoon tukeutuvaksi ja kohdistuvaksi matkailuksi, mikä jo sinällään aiheuttaa rajausongelmia. Määrittely voidaan tehdä monesta eri näkökulmasta, esimerkiksi matkailijan luontosuhteen perusteella, yhteiskunnasta ja sen normeista ja arvoista käsin, ekofilosofian avulla tai elinkeinon näkökulmasta. Matkailijan luontosuhteeseen perustuva määrittely ei välttämättä sisällä matkailuelinkeinotoimintaa lainkaan, luonnosta voi jokainen nauttia käyttämättä kaupallisia matkailupalveluita. Toisaalta luontomatkailu-sana sisältää kaksi määrittelevää käsitettä, luonto ja matkailu, joten luontomatkailussa voidaan myös katsoa olevan kyse näiden käsitteiden luonnon kannalta optimaalisesta yhdistämisestä. Tässä opinnäytetyössä luontomatkailu ymmärrettäköön kuitenkin kansainvälisestikin yleisen määritelmän mukaan matkailuna, jonka vetovoimaisuus ja aktiviteetit perustuvat oleellisilta osiltaan luonnonympäristöön ja siellä toteutettavaan toimintaan. Olennaista tämän määritelmän kannalta on erityisesti se, että matkailutuotteet, matkailijoiden matkustusmotiivit ja motivaatorakenteet viittaavat ensisijaisesti luontoon, jonka elementit muodostavat siten matkailun primääriset vetovoimatekijät. (Hemmi 1995, 160; Saarinen 2002, 12.)

Luontomatkailussa tärkeimpänä vetovoimatekijänä ja toimintaympäristönä toimii luonto, joten tätä määritelmää tulkittaessa on myös ymmärrettävä, mitä ylipäänsä tarkoitetaan luonnolla. Käsitykset luonnosta vaihtelevat paljon eri tutkijoiden välillä ja arkitodellisuudessa esimerkiksi eri kansalaisuuksia edustavilla matkailijoilla voi olla täysin erilaiset käsitykset luonnosta. Voidaanhan esimerkiksi massamatkailijoiden suosimat rantalomakohteet ja niissä tapahtuvat aktiviteetit myös määritellä luontoon viittaaviksi. Tässä yhteydessä luontoa tarkastellaan kuitenkin siinä merkityksessä kuin mitä me suomalaiset sen yleensä ymmärrämme eli pääasiassa rakentamattomana ympäristönä, johon kuuluvat kasvit, eläimet, metsät, vesistöt, topografia ja ilmasto-olosuhteet. (Komppula 2002, 46).

Koska luontomatkailu on myös matkailuelinkeino, ristiriita saattaa syntyä luontoa hyväksikäyttävän yritystoiminnan ja luontoa säästävän toiminnan välille. Siksi yrittäjiltä edellytetään korkeaa moraalialia ja suurta vastuuta luonnosta. Luontomatkailun yritystoiminta on toimivaa silloin, kun se vahingoittaa luontoa mahdollisimman vähän tai ei lainkaan. (Hemmi 1995, 159.)

Luontomatkailua ei tule sekoittaa kuitenkaan ekomatkailuun, joka käsitteenä sisältää aktiivisen pyrkimyksen kohteena olevan luonnonalueen tai sen lajistun suojeluun ja säilyttämiseen (Saarinen 2002, 12) mutta käytännössä luontomatkailukin toimintona edellyttää kehittyessään pitkällä aikavälillä jonkinasteista matkailuvaikutusten ohjaamista ja hallintaa. Näin siksi, että matkailussa hyödynnettävä resurssi säilyisi myös tulevaisuudessa ”luontona” ja vetovoimaisena luontokohteena. (Saarinen 2005, 120.)

4.2 Luontomatkailu Suomessa

Suomen matkailupoliittisissa strategioissa Suomen toiminta-ajatus matkailumaana kiteytyy ajatukseen, jonka mukaan Suomi profiloituu monipuolisten, korkeaan laatuun ja puhtaaseen luontoon perustuvien matkailuelämysten maana. Yleisesti Suomea pidetäänkin luontopainotteisen aktiivilomailun maana, jota työ- ja kulttuurimatkailu täydentävät. Luonnon matkailullisessa merkityksessä on runsaasti alueellista vaihtelua, mutta erityisesti syrjäseuduilla luonnon suuri rooli matkailussa ja laajemmin koko aluetaloudessa on kiistaton. (Saarinen 2005, 120.)

Arktinen sijainti sekä metsien ja erämaiden runsaus kuuluvat Suomen vetoimatekijöihin. Suomi kuuluu maantieteellisesti pohjoiseen havumetsävyöhykkeeseen eikä pysty kilpailemaan luonnon monimuotoisuudellaan esimerkiksi tropiikin ja subtropiikin maiden kanssa. Siitä huolimatta Suomen luonto on karun kauneutensa ja yksityiskohtiensa ansiosta mielenkiintoinen ja sävähdyttävä. Erityisesti selvät vuodenajan vaihtelut sekä pohjoisen lumiset talvet ja monipuoliset ekosysteemit tekevät maastamme kiinnostavan luontomatkailukohteen. Myös asukastiheys on Suomessa Euroopan tasolla katsottuna hyvin alhainen ja luonnonrauhaa ja hiljaisuutta voidaan pitää yhtenä suurimmista matkailuvalteistamme. (Hemmi 2005, 11–12.)

Suomella on myös useita kilpailijamaita luontomatkailusta puhuttaessa. Euroopassa suurimpia kilpailijoita ovat Ruotsi, Norja, Islanti, Skotlanti sekä Irlanti. Tulevaisuudessa myös muut EU-maat sekä erityisesti Venäjä tulevat varmasti lisäämään kilpailua ja vetämään puoleensa matkailijavirtoja. (Hemmi 2005, 13.) Kilpailijoiden etuna on erityisesti majoitus- ja muiden palveluiden hintataso, joka Suomessa Euroopan kalleimpana maana on monen matkailijan mielestä liian korkea.

4.3 Kansainvälinen luontomatkailijan profiili

Viimeisin laaja tutkimus Suomen luontomatkailuun liittyen on tehty Matkailun edistämiskeskuksen toimesta vuonna 2010. Tutkimuksen kohteena olivat Saksassa, Ranskassa, Alankomaissa, Isossa-Britanniassa ja Venäjällä asuvat henkilöt, joiden harrastuksiin kuuluivat monipuoliset luontoaktiviteetit. Kokonaisuudessaan tutkimus perustuu 3386 vastaukseen. (Matkailun edistämiskeskus 2010, 5.) Samojen maiden luontomatkailijat muodostavat myös Villin Pohjolan kansainvälisen pääasiakaskunnan, joten lyhyt katsaus Matkailun edistämiskeskuksen tutkimukseen on tämän tutkimuksen kannalta relevanttia.

Luontoaktiviteeteistä vastaajat kertovat harrastavansa kalastusta, pyöräilyä, vaellusta, melontaa sekä lintujen ja eläinten tarkkailua. Eniten lajeista on harrastettu pyöräilyä (60 %) ja vähiten melontaa (13 %). Kalastusta, melontaa ja pyöräilyä harrastetaan yleisimmin ystävien kanssa. Kun taas eläinten ja lintujen tarkkailua sekä vaellusta harrastetaan useimmiten puolison seurassa. Vastaajat ovat erittäin kiinnostuneita myös multiaktiviteettilomista, jossa olisi mahdollisuus harrastaa useampaa lajia. Erityisesti kalastusta ja melontaa harrastavat olivat kiinnostuneita tämän kaltaisesta lomasta. Ulkomailla käydessään vastaajat käyttävät luontoaktiviteettien harrastamiseen yleensä useita (2-7) päiviä. (Matkailun edistämiskeskus 2010, 9, 10, 31, 41.)

Luontomatkailija on tavallisesti omatoiminen, hänen matkansa on joko valmiiseen ohjelmaan perustuva omatoimimatka tai täysin omatoiminen. Hänelle paras majoitusmuoto on hotelli (25 %) tai lomamökki/-asunto (20 %). Noin

kymmenesosa vastaajista haluaa yöpyä leirintäalueella, mökki- tai lomakylässä tai "bed and breakfast" -tyyppisessä majoituksessa. (Matkailun edistämiskeskus 2010, 14, 41.)

Internet (42 %) on selvästi suosituin väline lomakohdetta varatessa ja tietoa siitä haettaessa. Noin neljäsosa vastaajista varaa lomansa matkatoimistolta / matkanjärjestäjältä tai suoraan matkakohteesta. Tietoa matkakohteesta saadaan tehokkaasti myös ystävien ja tuttavien suosittelujen ja kertomusten kautta. Yleisiä tiedonhankintatapoja ovat myös postitse tuleva materiaali ja matkatoimistot. (Matkailun edistämiskeskus 2010, 18, 41.)

4.3.1 Kansainvälisen luontomatkailijan näkemys Suomesta

Tutkimuksen mukaan matkakohteen valinnassa tärkeimpinä kriteereinä näytettyvät luonto, kohteen turvallisuus ja hintataso. Samat kriteerit ovat nousseet pinnalle myös aiemmissa tutkimuksissa. Kokonaisuudessaan Suomi on täyttänyt luontomatkailijoiden odotukset hyvin. Poikkeuksena tästä on ainoastaan Suomen hintataso, joka ei ole vastannut luontomatkailijoiden odotuksia. (Matkailun edistämiskeskus 2010, 19, 39, 42.)

Vastaajista hieman yli puolet on kiinnostuneita luontomatkailusta Pohjoismaissa. Kiinnostavimmaksi luontomatkailumaaksi nousee Suomi (31 %) juuri ennen Norjaa (29 %). Heidän mielestään näissä maissa on parhaimmat aktiviteettimahdollisuudet kalastukseen ja melontaan. Pyöräilyä harrastavat ovat vähiten kiinnostuneita. Eroja ilmenee maakohtaisesti paljon kiinnostuksessa Suomeen kohdistuneessa luontomatkailussa: venäläiset (79 %) ovat selvästi kiinnostuneimpia kun taas hollantilaiset (38 %) ovat selvästi vähiten kiinnostuneita. (Matkailun edistämiskeskus 2010, 19, 42.)

Vastaajien keskuudessa Suomi on tunnetuin sijainniltaan. Kolmasosa tietää Suomen nimeltä tai hieman Suomesta. 14 %:lle Suomi ei ole mitenkään tuttu. Ainoastaan 8 % on vierailut Suomessa ja heistäkin vain 5 % on harrastanut jotain luontoaktiviteettia. Suomen tuntemus Ranskassa ja Hollannissa on erittäin huonoa. (Matkailun edistämiskeskus 2010, 34, 42.)

Suomeen kohdistuvassa luontomatkailussa potentiaalisimmat asiakasryhmät löytyvät melontaa ja kalastusta harrastavien keskuudesta. Näiden lajien harrastajilla on yleensä kokemusta matkailusta Suomesta ja he yleensä myös suosittelevat Suomeen matkaamista muille. On lisäksi todennäköistä, että he palaavat Suomeen luontomatkailun merkeissä. Tutkimuksen tulokset tukevat osaltaan aikaisempia tutkimuksia, joiden mukaan Suomessa kannattaa ehdottomasti kehittää melontaan, kalastukseen ja eläinten tarkkailuun keskittyviä matkailutuotteita. Potentiaalisin asiakasryhmä tulee vastausten perusteella Venäjältä. Luontoaktiviteettimatkailun lisäksi vastaajia kiinnostavat kulttuurimatkailu, mökkeily sekä talviaktiviteetit. (Matkailun edistämiskeskus 2010, 35, 37, 40, 42.)

4.3.2 Suomen luonnon vetovoimatekijät kansainväliselle luontomatkailijalle

Ulkomaalaisille matkailijoille Suomi näyttäytyy puhtaana, koskemattomana ja luonnontilaisena alueena. Suomen luontoon liittyvistä elementeistä matkailijoita kiinnostavat erityisesti luonnon hiljaisuus ja rauha, järvet, tunturit, lumi, revontulet, yötön yö, sekä luontoon ja saamelaiskulttuuriin liittyvä poronhoito. (Metsäntutkimuslaitos 2009; Matkailun edistämiskeskus 2010, 36.)

Metsäntutkimuslaitos on tutkinut kansainvälisten kesä- ja talvimatkailijoiden maisema-arvostuksia ja heidän suhtautumistaan erilaisiin metsänkäsittelyvaihtoehtoihin (Kuvio 3). Tutkimuksen perusteella matkailijaa viehättävät talvisin avarat maisemat (8,6), jossa puuston koolla ei ole erityistä merkitystä. Kesämatkailijakin on mieltynyt helppokulkuisiin ja avariin maastoihin (8,12). Poikkeuksena tästä on kuitenkin avo- tai siemenpuuhakkuun jälkeinen metsämaisema (6,69), koska avo- tai siemenpuuhakkuun jäljet vastaavat kesämatkailijan mielestä huonosti virkistyskäyttöön liittyviä odotuksia. Hakkuiden sijoittelulla ja hakkuutavalla voidaan tosin vaikuttaa merkittävästi metsäympäristön vetovoimaisuuteen ja ulkonäköön. (Metsäntutkimuslaitos 2009.)



8.60

7.37

8.12

6.69

Kuvio 3. Matkailijoiden näkemyksiä maisemien soveltuvuudesta virkistyskäyttöön, asteikko: 0=ei sovellu lainkaan, 10=soveltuu täydellisesti (Metsäntutkimuslaitos 2009)

4.4 Kestävän matkailun periaatteet

Kestävä kehitys on käsitteenä ollut käytössä jo reilut 20 vuotta, mutta matkailussa sitä alettiin käyttää yleisemmin 1990-luvulla. Matkailussa, kuten laajemminkin, kestävä kehitys korostaa kokonaisvaltaista lähestymistä: kehitys on kestävää vain jos sitä tarkastellaan globaalissa poliittisessa, sosio-ekonomisessa ja ekologisessa yhteydessä ja mittakaavassa. YK:n ympäristön ja kehityksen maailmankomission eli niin sanotun Bruntlandin komitean määrittelyn mukaan kestävässä kehityksessä tulee ottaa huomioon tulevat sukupolvet sekä tasa-arvon ja oikeudenmukaisuuden periaatteen mukaisesti taata eri ryhmille ja alueille yhtäläiset mahdollisuudet kehitykseen. (Hynönen 2005, 135.)

Kestävän kehityksen periaatteisiin nojautuvassa kestävässä matkailussa matkailutoiminnot on siis järjestettävä siten, että toteutus tyydyttää matkailijoiden, paikallisväestön ja elinkeinon tarpeet ja säilyttää tulevilla sukupolvilla (mm. matkailijat, paikallisväestö ja yrittäjät) mahdollisuudet tyydyttää omat tarpeensa (Saarinen 2002, 13). Matkailun on siis oltava sekä ekologisesti, taloudellisesti että sosiaalisesti kestävä. Haasteita näiden periaatteiden toteuttamiseen matkailussa asettaakin juuri se, että osallisina ovat sekä kohdealueiden asukkaat ja matkailijat että matkailuelinkeino. (Hynönen 2005, 135.)

Kestävä kehitys on saanut osakseen myös paljon kritiikkiä. Kestävä kehitys on yleisesti painottunut pitkälti ekologiseen kestävyyskäsitykseen mutta kehitykseen liittyvät sosiaaliset ja taloudelliset vaikutukset tulisi ottaa myös huomioon

(Hynönen 2005, 135). Kestävä kehitys käsitteenä on vaikeaselkoinen ja vaatii moniulotteisuutensa takia monitieteellistä tarkastelua (Borg 1997). Myös holistinen lähestymistapa, jossa yhdistyy matkailuelinkeinon kehittäminen ja ympäristökysymykset globaaliin sosio-ekonomiseen ja ekologiseen yhteyteen, nähdään usein epärealistisena. Matkailu ei ole alana rinnastettavissa perinteiseen teollisuudenalaan, vaan se koostuu useista eri tuotteista ja on siten varsin ”näkymätön”. Vaikka matkailijoiden ympäristötietoisuus onkin kasvanut, lisääntynyt vapaa-aika ja väestön ikääntyminen ovat muuttaneet matkailukysyntää yhä yksilöllisemmäksi. Tällöin yleisten kestävyysperiaatteiden tarve korostuu entisestään. (Hynönen 2002, 136.)

Kestävää matkailua ei saavuteta yksittäisillä toimenpiteillä, vaan kantamalla vastuu ympäristöstä ja ihmisistä kaikilla matkailuelinkeinon tasoilla ja osaluilla. UNWTO:n (World Tourism Organization) mukaan kestävä matkailu tulee optimaalisesti hyödyntää alan tärkeintä voimavaraa, luontoa, ylläpitäen sen monimuotoisuutta ja auttaen säilyttämään luonnonperintöä. Kestävä matkailu kunnioittaa kohteiden paikallisväestöä mukaan lukien alkupe- räisasukkaat ja vähemmistöt. Se vaalii kulttuuriperintöä ja arvoja sekä edistää eri kulttuurien ymmärtämistä ja suvaitsevaisuutta. Lisäksi kestävä matkailu edistää pitkäaikaista taloudellista kehitystä ja matkailutulojen tasaista jakautumista sekä sosiaalisten olojen paranemista ja köyhyyden lieventämistä kohdemaissa. Matkailulla pyritään parantamaan sen parissa työskentelevien elintasoja huomioimalla työskentelyolosuhteet, oikeudenmukaiset työehtosopimukset sekä työntekijöiden terveys, turvallisuus ja koulutus. (Turunen 2009.)

4.4.1 Kestävyys luontomatkailussa ja Villissä Pohjolassa

Kestävyys on yksi mahdollinen ja usein toivottava matkailun kehittämisen ja toimintojen järjestämisen periaate. Kuten lähes mikä tahansa matkailun muoto, mukaan lukien massaturismi, luontomatkailu voi toiminnallaan edustaa kestävä matkailua tai olla sitä edustamatta. (Saarinen 2005, 13.) Luontomatkailu on kestävä, jos resurssit säilyvät muuttumattomina (Hemmi 2005, 333).

WWF:n mukaan kestävä luontomatkailu edistää luonnonympäristön suojelua sekä alkuperäisväestön hyvinvointia. Kun paikalliset saavat toimeentulonsa luontomatkailusta, vähenee luonnon käyttö muihin tarkoituksiin, kuten metsien hakkuisiin ja salametsästykseseen. Samalla paikallisten kiinnostus luonnonsuojeluun lisääntyy. (Turunen 2009, 22.)

Villin Pohjolan toiminta on sertifioitu ISO 14 001 ympäristöstandardin mukaan. ISO 14001 on maailman tunnetuin ympäristöjärjestelmämalli, joka auttaa organisaatioita sekä parantamaan ympäristönsuojelunsa tasoa että osoittamaan ympäristöasioidensa hyvää hoitoa. Sertifikaatin alla organisaatio mm. sitoutuu parantamaan ympäristönsuojelun tasoaan jatkuvasti, asettaa itselleen ympäristötavoitteet ja varaa resurssit niiden toteuttamiseen, tarkkailee, seuraa ja ennaltaehkäisee ympäristövaikutuksia ja – riskejä ja ylläpitää hyviä ympäristökäytäntöjä. (Suomen Standardisoimisliitto SFS ry 2011.)

4.4.2 Suomen vetovoimatekijät

Yleinen ympäristötietoisuuden lisääntyminen parantaa Suomen markkina-asemia ja vetovoimaisuutta kansainvälisessä ja kotimaisessa matkailussa. Ilmaston lämpenemistä ei enää pidetä pelkkänä myyttinä ja ihmiset ovat alkaneet kantaa aidosti huolta ympäristöstään. Ympäristön suojelemisesta on muodostunut ikään kuin sosiaalinen normi ja vihreiden arvojen kannattamisesta matkailullinen megatrendi. Etenkin suomalainen maaseutu vastaa nykyisiä matkailutrendejä, joita hallitsevat luonnonläheisyyttä hakevat ja massaturismia karttavat matkailijat. Suuri osa nykypäivän matkailijoista haluaa kokea puhtaan ja alkuperäisen luonnon ja kulttuurin sekä samalla turvata matkailun ekologisen ja sosiaalisen kestävyys. (Silvennoinen – Tahvanainen – Tyrväinen 1997, 14.)

Yleisnäkymät Suomen matkailussa ovat valoisat. Nousujohteinen kehitys ei kuitenkaan ole itsestäänselvyys, sillä markkinat ovat laajat, eikä oikean kohderyhmän tavoittaminen ole helppoa. Luonto on selvästi Suomen matkailun merkittävin vetovoimatekijä sekä ulkomaisten että kotimaisten matkailijoiden keskuudessa. Vaikka luontoa on käytetty paljon hyväksi matkailumarkkinoinnissa, ei markkinointi ole välttämättä ollut tehokasta. Nykypäivänä matkailijat

segmentoituvat yhä pienempiin ryhmiin ja tuotteet muodostuvat entistä yksilöidymmiksi, joten matkailuyritykset joutuvat selvittämään tarkkaan juuri omien asiakkaidensa mieltymykset sekä ympäristöarvot. (Silvennoinen – Tahvanainen – Tyrväinen 1997, 30.)

Koskematonta luontoa, hiljaisuutta ja tilaa ei voi kuitenkaan myydä suurille matkailijajoukoille, koska muuten parhaat matkailuvalttimme tuhoutuvat. Tois-
taiseksi suomalainen luonto on säästynyt peruuttamattomilta vahingoilta, mutta paineet luonnon taloudellisesta hyödyntämisestä ovat nyt matkailu-
markkinoilla suuremmat kuin koskaan. Matkailutuotetta rakentaessa erityinen huoli on pidettävä siitä, ettei toimiala tuhoa omaa perustaansa (Silvennoinen – Tahvanainen – Tyrväinen 1997, 30). Luontomatkailu muuttuu äkkiä kärsimysmatkailuksi, kun maasto ja kasvillisuus tallataan piloille, polut peittyvät roskiin, melu turmelee saloseutujen rauhan ja mökkikunnat miehittävät järvenrannat. Luontomatkailussa vallitseekin ikuinen ristiriita matkailun ja ympäristönsuojelun välillä: matkailu rasittaa aina luontoa järjestettiinpä se kuinka luontoa varoen hyvänsä. (Suikkanen 1997, 104.)

Luontoon perustuvan matkailun suora taloudellinen arvo on kuitenkin suhteellisen pieni, etenkin jos se irrotetaan matkailun majoitus- ja ravitsemistoinnasta erilleen. Toisaalta matkailun työllistävät ja palvelurakennetta laajentavat vaikutukset ovat suoria tulovaikutuksia huomattavasti merkittävämmät. Esimerkiksi Lapissa, jossa matkailu perustuu pitkälti luontoon, matkailun välittömien työllistävien vaikutusten arvioidaan selvityksestä riippuen olevan noin 3 000–4 000 työpaikkaa. Lapissa matkailu työllistääkin enemmän kuin mikään muu yksittäinen luontoon tukeutuva taloudellinen toimiala. Lapissa arvioidaan myös olevan vähittäiskauppapalveluja noin 50 000 ihmiselle yli maakunnan asukasluvun. Ero perustuu pääosin ulkopuoliseen kysyntään, toisin sanoen matkailukulutukseen. Matkailun taloudellinen ja poliittinen merkitys maakunnissa, maakuntaliitoissa ja niiden aluekehitystyössä onkin viime vuosina kasvanut huomattavasti, ja luontomatkailu on jatkossa yhä tärkeämpi tekijä alueellisessa ja paikallisessa elinkeino- ja luontopolitiikassa. (Saarinen 2005, 121.)

5 LUONTOMATKAILUAKTIVITEETIT

5.1 Luontomatkailuaktiviteettien jaottelu

Luonto tarjoaa matkailijalle lukuisia eri vaihtoehtoja luontoelämysten kokemi- seen. Matkailijan luonto käsittää elottoman ja elollisen luonnon kohteita, eri- laisia värejä, hajuja, ääniä ja vuodenaikojen vaihtelun. Luonto on erilainen eri ilmasto- ja kasvillisuusvyöhykkeillä. Luonto tarjoaa tarkkailumahdollisuuksia, valokuvausmahdollisuuksia, eräretkeilymahdollisuuksia ja vesistöissä virkis- täytymistä. (Hemmi 1995, 160.)

Luontomatkailuaktiviteetteihin luetaan kuuluviksi sellaiset kotipaikkakunnan ulkopuolella aidossa luonnonympäristössä tai muokatussa luonnonympäris- tössä toteutettavat toiminnot, jotka tapahtuvat lihasvoimin ilman merkittäviä teknisiä ja energiaa kuluttavia apuvälineitä. Varsinaiset luontomatkailuaktivi- teetit voidaan eritellä toiminnan tarkoituksen mukaan kunto- ja virkistyskes- keisiksi aktiviteeteiksi, hyötyliikunta-aktiviteeteiksi, luonnonharrastusaktivi- teiksi ja muiksi aktiviteeteiksi. Tällainen jaottelu on enemmän muodollinen kuin ehdoton, mutta käytämme sitä selkeyttämään opinnäytetyön rakennetta luontomatkailuaktiviteettien osalta. (Hemmi 1995, 231–232.)

5.2 Kunto- ja virkistyskeskeiset aktiviteetit

Matkailuun liittyvät kunto- ja virkistyskeskeiset aktiviteetit tarkoittavat luon- nonympäristössä tapahtuvaa fyysisesti aktiivista harrastustoimintaa, jonka tavoitteena on erityisesti liikunnan tai muun tarpeen toteuttaminen. Sen si- jaan esimerkiksi luonnossa tapahtuva kilpaurheilu ei ole aktiviteettina matkai- luun liittyvä toiminto, vaikka monet urheilutapahtumat kävijämäärältään mer- kittäviä matkailutapahtumia ovatkin. (Hemmi 1995, 233.)

Matkailuun liittyviä harrastusmuotoja voidaan toteuttaa joko itsenäisesti tai organisoidusti. Yleisimpiä luontoliikuntamotiiveja matkailijoiden keskuudessa ovat rentouttavan ja vapauttavan kokemuksen hankkiminen, luonnon ja rait- tiin ilman kokeminen sekä terveyden, kunnon ja suorituskyvyn lisääminen. Li- säksi liikunnalla on myös sosiaalinen merkitys kunto- ja virkistyskeskeisissä

aktiviteeteissa. Esimerkiksi ystävillä, perheenjäsenillä tai vaikkapa koiran olemassaololla voi olla suuri merkitys siihen, kuinka herkästi kuntoilija lähtee juoksulenkillä. Luontoliikuntamotiivien tunteminen onkin tärkeää luontomatkailun tuotekehityksessä. (Hemmi 1995, 234.)

5.2.1 Maastohiihto

Maastohiihto on perinteisesti ollut suomalaisten kansallislaji ja tällä hetkellä voimakkaassa nousussa sekä kuntoilu- että retkeilymuotona. Se on luonnonympäristössä tapahtuva hiihtomuoto, jossa liikutaan merkityillä ja huollatuilla laduilla tai umpihangessa. Suomessa ylläpidetään säännöllisesti kymmeniätuhansia kilometrejä latuverkostoa. (Suomen Latu 2011.) Erityisesti maastohiihtokeskuksissa pyrkimyksenä on usein hiihtolatujen kulkeminen mielenkiintoisten ja maisemiltaan erilaisten alueiden läpi, jolloin hiihdettäessä voidaan tarkkailla samalla talvista luontoa. (Hemmi 1995, 236.)

Omatoimisen hiihtämisen lisäksi useissa hiihtokeskuksissa järjestetään myös hiihtovaelluksia. Ne voidaan jakaa latuhiihtovaelluksiin ja umpihankivaelluksiin. Vaellukset voidaan järjestää joko oppaan johdolla tai itsenäisesti esimerkiksi kaveriporukan kesken. Umpihankivaellukset toteutetaan yleensä Lapin tunturimaastoissa keväthankien aikaan. (Hemmi 1995, 240.)

5.2.2 Eräretkeily ja vaeltaminen

Eräretkeily ja vaeltaminen tapahtuvat aidossa luonnonympäristössä. Niillä tarkoitetaan useamman päivän kestävästä asutuskeskuksista etäällä tapahtuvaa aktiviteettitoimintaa, joka on mahdollista sekä merkityillä vaellusreiteillä ja poluilla, että täysin erämaisissä olosuhteissa. Retkeilyreittien ulkopuolella liikuttaessa on muistettava jokamiehenoikeudet, jotka rajaavat mm. retkeilyn määrää ja sen toistuvuutta. (Hemmi 1995, 242.)

Retkeilyyn ja vaeltamiseen kuuluu usein muutakin kuin pelkkä kävely luonnossa. Eräretkillä ja –vaelluksilla sivuaktiviteetteina harrastetaan usein mm. kalastusta, luontovalokuvausta ja luonnon ja nähtävyyksien tarkkailua. Retkeilytuotetta rakentaessa sivuaktiviteettien ja toimintojen yhdistäminen myy-

tävään tuotteeseen antaa enemmän elämyksiä monipuolisuuden lisääntyessä. (Hemmi 1995, 242.)

Retkeilypalveluvarustus on maassamme rakennettu monipuoliseksi. Suomeen on perustettu ulkoilulain nojalla valtion retkeilyalueita, joissa voi retkeillä, meloa, kalastaa ja marjastaa. Metsähallitus on perustanut omille mailleen retkeilyreittejä, joiden varsilla on vuokrattavana tai vapaassa käytössä olevia laavuja, kotia, kammeja, autiotupia ja varauskämppejä. (Hemmi 1995, 242.)

Suomessa on myös lukuisia retkeilyreittejä ja -alueita, jotka sijaitsevat usein kansallispuistoissa tai retkeilyaluilla. Tällöin täytyy muistaa, etteivät jokamiehenoikeudet ole sellaisinaan voimassa kansallis- ja luonnonpuistojen alueella, vaan liikkumisesta, leiriytymisestä ja luonnontuotteiden ottamisesta määrätään erikseen puistojen järjestyssäännöissä. (Pohjois-Karjalan vaellusreittiopas 2004.)

5.2.3 Melonta

Suomea pidetään tuhansine järvineen ja vesistöineen yhtenä melonnan ihannemaana. Melonta tarkoittaa kajakilla tai kanadalaiskanootilla melan avulla vesistössä tapahtuvaa liikkumismuotoa. Melonta voidaan jakaa koskimelontaan ja retkimelontaan, joka voidaan edelleen jakaa joko joessa tai laajemmissa vesistöissä tapahtuvaksi melonnaksi. (Hemmi 1995, 251.)

Koskimelonta on myös kilpaurheilulaji ja matkailullisena aktiviteettina se sisältyy vaara-elementtinsä takia enemmänkin seikkailu- ja extremematkailuun kuin luontomatkailuun. Retkimelonnassa sen sijaan yhdistetään usein vaeltamisen ja retkeilyn tapaan eri luontoaktiviteetteja. Melontaretkellä voidaan samalla esimerkiksi kalastaa, suunnistaa, vaelttaa ja valokuvata. Melontaretket ovatkin usein suuria luontoaktiviteettikokonaisuuksia, joissa melonta muodostaa vain osan. Retkimelontakäsitteenkin voidaan katsoa olevan häilyvä, toiset keskittyvät melontaretkellään nimenomaan melontaan aktiviteettina, kun taas toisille melonta on lähinnä liikkumismuoto ja osa suurempaa luontoretikokonaisuutta.

5.2.4 Muut kunto- ja virkistyskeskeiset aktiviteetit

Edellä mainittujen aktiviteettien lisäksi muita luontomatkailuun yhdistettäviä kunto- ja virkistyskeskeisiä aktiviteetteja ovat mm. kävely, lenkkeily, uinti, pyöräily, kiipeily ja retkiluistelu. Kävely ja lenkkeily ovat keski-ikäisen ja vanhemman väestönosan yleisimmät liikuntamuodot ja niitä voidaan pitää luonnollisimpina luontomatkailuaktiviteetteina ekologisen kestäväyytensä perusteella. Kävely- ja lenkkeilypalveluita ovat maastossa olevat merkityt polut ja luontopolut sekä tiet. (Hemmi 1995, 247.) Uinti luonnonvesissä on mahdollista lähes joka puolella Suomea vesistöjen runsauden takia. Se on tehokas ja kestävyyttä parantava kuntoilumuoto ja vaivaton tapa virkistäytyä luonnossa.

Pyöräily on harrastemuotona jatkuvasti kasvanut kuntoliikuntamuoto ja myös matkailijat ja retkeilijät käyttävät pyörää yhä enemmän kulkuvälineenään. Luontoliikuntamuotona pyöräily voidaan jakaa retkipyöräilyyn ja maastopyöräilyyn. Retkipyöräily keskittyy pitkän matkan pyöräilyretkiin teitä ja merkittyjä polkuja käyttäen, kun maastopyöräily tapahtuu maastossa, usein teiden ulkopuolella asianmukaisin varustein. (Hemmi 1995, 248.)

Moottorikelkkailua ei yleensä lasketa luontomatkailuaktiviteetiksi, koska se voi vahingoittaa luontoa, mutta sitä voidaan kutsua luontoon tukeutuvaksi ohjelmapalveluksi. Toiminta sijoittuu luonnonympäristöön kelkkareitteineen ja taukopaikkoineen, vaikka liikkuminen tapahtuukin motorisoidusti. Erityisesti Lapissa moottorikelkkailu on matkailullisesti tärkeä aktiviteetti sekä ulkomaa-laisten että kotimaisten turistien keskuudessa.

5.3 Hyötyliikunta-aktiviteetit

Hyötyliikuntamuotoihin lasketaan luontomatkailussa kalastus, metsästys, sienestys ja marjastus. Näistä kalastuksella ja metsästyksellä on matkailullisesti myös taloudellista arvoa ja niistä on jo rakennettu luontomatkailutuotteita. Sienestyksen ja marjastuksen tuotteistaminen on haastavampaa molempien kuullessa jokamiehenoikeuksiin, mutta ne ovat toissijaisina aktiviteetteina hyödynnettävissä esimerkiksi mökkipalvelujen vuokraamisessa ja luontoaktiviteettikokonaisuuksien järjestämisessä.

5.3.1 Kalastus

Kalastusmatkailussa matkailija matkustaa kalastaakseen, jolloin hänen tarkoituksenaan on kalastuksen harrastaminen ja siitä saatava virkistys. Käsite sisältää toiminnallisen motiivin, kalastuksen sekä matkailullisen osan, joka on käsitteessä toisena osana. Sen sijaan matkailukalastuksessa toiminnallinen elementti on toissijainen eli matkailija kalastaa vain satunnaisesti matkailun ollessa keskeinen elementti. Kumpikin näistä käsitteistä on osa virkistyskalastusta, joka sisältää kaiken sen kalastuksen, jolla ei pääasiallisesti tavoitella taloudellista hyötyä. (Hemmi 1995, 256.)

Erilaisia pyyntitapoja virkistyskalastuksessa ovat kiinteät pyydykset (mm. verkot ja katiskat) sekä vapakalastusvälineet eli ns. aktiiviset pyyntitavat. Aktiivisiin pyyntitapoihin kuuluu onginta, viehekalastus ja perhokalastus. Onginta ja pilkkiminen ovat tiettyjä poikkeuksia lukuun ottamatta jokamiehenoikeus eli lupia niihin ei erikseen tarvita. Muita kalastusmuotoja toteuttaessa pitää hankkia asianmukaiset kalastusluvut ja – maksut vesistöjen ja kohdealueiden mukaan. (Hemmi 1995, 256.)

Kalastusharrastukseen liittyvät motiivit voivat olla joko saaliista riippuvaisia tai saaliista riippumattomia. Saaliista riippuvaisiin motiiveihin kuuluvat (suurten) kalojen saanti, kalan väsyttämisen aiheuttama jännitys ja kalan saanti syötäväksi tai myytäväksi. Saaliista riippumattomia motiiveja ovat mm. rentoutuminen, rutiineista irrottautuminen, yhdessäolo perheen tai ystävien kanssa, luonnonkauneudesta nauttiminen ja ulkoileminen. Matkailukalastuksessa saaliista riippumattomat motiivit ovat yleensä tärkeämpiä kuin saaliista riippuvaiset motiivit ja kalastusmatkailussa päinvastoin. (Hemmi 1995, 257.)

Matkailun tuotekehityksen kannalta pelkkien kalastuspalvelujen myyminen ei ole kuitenkaan matkailuelinkeinollisesti merkittävää toimintaa, vaan kalastusta tarjotaan usein oheispalveluna muiden tarjottavien aktiviteettien joukossa. Kalastusmatkailijoiden rahankäyttö on myös muihin matkailijaryhmiin verrattuna vähäistä, koska kalastajat liikkuvat maastossa usein yksin ja tyytyvät hyvin vaatimattomiin palveluihin, joista vain osa on rahastettavissa. Niinpä

kalastusmatkailuun erikoistuneiden ja siitä toimeentulonsa saavien yritysten lukumäärä ei maassamme voi olla rajoitetun kysynnän vuoksi kovinkaan suuri. (Hemmi 1995, 260.)

Tuotteistettujen kalastusmatkailupalvelujen myynti ulkomaalaisille on kuitenkin jyrkässä kasvussa (Kaleva 2002) ja erityisesti ulkomaiset incentive-ryhmät voivat olla tulevaisuudessa tärkeä ja taloudellisesti kannattava kohde-ryhmä kalastusmatkailun tuotekehityksessä.

5.3.2 Metsästys

Metsästyksellä on pitkät perinteet suomalaisessa yhteiskunnassa. Nykypäivänä metsästyksestä on tullut ennen kaikkea vapaa-ajan aktiviteetti ja sen tuotteistamisestakin on tullut jokseenkin kannattavaa toimintaa myös taloudellisesti. Tärkeimpiä motiiveja metsästysmatkailussa on luontokokemusten saaminen, fyysisen kunnon parantaminen, sosiaaliset kontaktit, saaliin saaminen ja riistakannan säätely. (Matikainen 2006.)

Viime aikoina metsästysmatkailu on terminä tullut esiin osaksi luontomatkailuun liittyvää keskustelua ja alan kehitystä Suomessa. Kehitysprojekteista ja – yrityksistä huolimatta metsästysmatkailu ei ole saavuttanut vielä matkailullisesti kovinkaan merkittävää asemaa. Suurimmiksi ongelmiksi ulkomaalaisille myytävissä metsästysmatkailutuotteissa muodostuu lupajärjestelmän työläys ja riistakannan rajallisuus. Laki muutos vuonna 2004 edellyttää metsästysmatkailijoita hankkimaan lupakirjansa henkilökohtaisesti Villiltä Pohjolalta sen sijaan että ulkoinen taho, esimerkiksi metsästysmatkailuyritys, voisi hankkia luvat heidän puolestaan (Laki Metsähallituksesta 9 §). Lisäksi metsästysmatkailuyritykset eivät voi luvata asiakkailleen välttämättä edes näköhavaintoa saaliista riistakannan ollessa monien lajien kohdalla niin alhainen. Alhainen saalisvarmuus on osa suomalaista metsästyskulttuuria, mutta maksava asiakas haluaa toki myös rahoilleen vastinetta. (Matikainen 2006.)

5.3.3 Sienestys ja marjastus

Sienestys ei tarjoa kovinkaan suuria mahdollisuuksia matkailutulon kasvattajana. Matkailuyrittäjien laji- ja asiantuntemus on usein heikkoa, eivätkä he usein tiedä kenen puoleen kääntyä, jos asiakas haluaa sieniretkelle. Sienten matkailullisen hyödyntämisen muotoja ovat kuitenkin erilaiset kurssit ja niihin yhdistetyt sienestysretket, sieninäyttelyt sekä sieniruokien valmistuksen opetus. (Hemmi 1995, 263–264.)

Marjastus on mahdollista kaikille ihmisille lähes kaikkialla maassamme, joten siitä on vaikea kehittää merkittävää matkailutuotetta. Kuitenkin hyvinä marjavuosina marjastajia liikkuu runsaasti ja osa käyttää myös majoituspalveluita. Majoitusliikkeet voivat tarjota tarvittaessa myös opaspalveluita halukkaille. Vuotuiset marjasadon vaihtelut hankaloittavat kuitenkin yritysten tuotekehittelyä ja kasvua. (Hemmi 1995, 264.)

5.4 Harrastus- ja muut aktiviteetit

Luonnossa tapahtuvia harrastusaktiviteetteja on mm. luonnon havainnointi ja tarkkailu, luontovalokuvaus ja kivien ja perhosten keräys (Hemmi 1995, 265–274). Määrällisesti pienten harrastajajoukkojen ja muuten vähäisen matkailullisen merkityksen vuoksi emme kuitenkaan tässä opinnäytetyössä esittele tarkemmin edellä mainittuja aktiviteetteja.

Muihin luontoaktiviteetteihin voidaan katsoa kuuluvaksi mm. eläinten lihasvoimalla toteutetut tapahtumat, kuten esimerkiksi koiravaljakkosafarit, porosafarit, maastoratsastus ja rekiajelut (Hemmi 1995, 275). Koiravaljakkoajeluita toteutetaan joko matkailukeskusten ympäristössä tilausajoina tai koiravaljakkoretkinä. Lyhyet ajelut, joilla kuljetettavat henkilöt vaihtuvat ja heitä on useita, ajetaan yleensä valmiilla rekiurilla. Umpilumessa koirat eivät jaksa vetää pitkiä matkoja. Pitemmät rekivaellukset ovat mahdollisia moottorikelkalla valmistettuja uria myöten tai tunturimaastossa kovien hankien aikaan ja myös vesistöjen jäällä silloin, kun lumipeite on ohut. (Hemmi 1995, 275.)

6 TUTKIMUSPROSESSI

6.1 Tutkimusongelma- ja suunnitelma

Työn tarkoituksena oli kartoittaa Villin Pohjolan kansainvälisten kämppäasiakkaiden matkustusmotiveja Suomeen ja Villiin Pohjolaan liittyen sekä heidän toiveitaan ja mieltymyksiään kämppäkohteesta. Toisin sanoen työmme pyrki selvittämään kansainvälisen kämppäasiakkaan matkustajaprofiilia.

Tutkimuksen empiirisen osan tarkoitus on selvittää kansainvälisten asiakkaiden heidän Suomeen tulonsa syitä, eli asioita jotka Suomessa kiinnostivat ja vaikuttivat matkustuspäätöksen syntyyn. Samoja aiheita pohditaan myös Villin Pohjolan osalta; miksi asiakkaat valitsivat juuri Villi Pohjolan ja mitkä olivat tekijöitä, jotka erottivat Villin Pohjolan edukseen muista mökinvuokraustointaan erikoistuneista yrityksistä? Samalla kysytään myös markkinointikanavaa, jonka kautta Villi Pohjola löytyi. Emme keskity tässä työssä markkinointikanavien tutkimiseen, mutta tämän kysymyksen lisäsimme Villin Pohjolan toiveesta.

Tutkimuksella pyrimme selvittämään lisäksi matkailijoita eniten kiinnostavan mökkialueen, mökkeilyyn sopivimman vuodenajan, mökkiseurueen, heidän vaatimuksensa mökin varustuksen suhteen, harrastukset sekä sopivan hintatason mökin vuokrahinnaksi. Tutkimuksen lopussa on asenneasteikko, jolla on tarkoitus selvittää matkailijoiden mielipiteitä luontomatkailuun läheisesti liittyvistä asioista. Tutkimuksessa selvitetään myös vastaajien ikä, sukupuoli ja kotimaa. Lisäksi tutkittavalla on mahdollisuus vapaan sanan kirjoittamiseen, mikäli kämppälomalta jäi jotain puuttumaan.

6.2 Tutkimuksen valmistelu

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisen sähköpostikyselyn avulla, joka olosuhteiden ja tutkimuksen kohteena olevan joukon vuoksi oli myös aikataulullisesti järkevin ja tehokkain vaihtoehto tutkimuksen toteuttamiseksi. Tutkittavalle kohderyhmälle lähetettiin Villin Pohjolan nimissä sähköpostitse saatekirje. Saatekirjeessä oli linkki, joka johti Googledocsissa olevaan kyselyyn. Venä-

läisille asiakkaille lähetettiin venäjänkielinen saatekirje ja kysely. Muille kansalaisuuksille lähetetty saatekirje ja kysely olivat englanninkielisiä.

Empiiristä tutkimustamme varten saimme käyttöön Villin Pohjolan kansainvälisten kämppäasiakkaiden asiakasrekisterin, josta poimimme kaikki sähköpostilla varustetut yhteistiedot. Sähköpostiosoitteensa antaneita asiakkaita oli yhteensä 141. Varsin pienen perusjoukon takia oli selvää, että lähetämme kyselyn kokonaisotannalle. Villiltä Pohjolta saamamme tiedon mukaan yksikään lähetyistä saatekirjesähköposteista ei palautunut, joten kaikki sähköpostiosoitteet olivat vielä kyselyn lähettämishetkellä toiminnassa.

Tutkimuksessa käytettiin tutkimusongelman selvittämiseen lähinnä monivalintakysymyksiä. Kyselyssä oli lisäksi myös yksi sekamuotokysymys sekä yksi avoin kysymys. Kahdeksassa monivalintakysymyksessä vastaajalla oli mahdollisuus valita yksi useista eri vaihtoehdoista. Yksi kysymyksistä oli tehty Osgoodin asteikon mukaisesti ja sillä tiedusteltiin vastaajan mielipidettä annetuista vastausvaihtoehdoista. Viidessä monivalintakysymyksessä vastaajalla oli mahdollisuus valita useampi vaihtoehto annetuista vaihtoehdoista. Vastausvaihtoehtolistan lopussa oli lisäksi myös ”Muu” -kenttä, johon vastaaja pystyi kirjoittamaan oman vastauksensa, mikäli se ei löytynyt annetusta listauksesta. Kyselyssä oli yhteensä 15 kysymystä ja yksi vastauskenttä vastaajan vapaata sanaa varten.

Kyselylomake tehtiin aluksi suomenkielellä ja käännettiin edelleen englanniksi ja venäjäksi. Kysymyslomaketta rakentaessa ei tarvinnut kiinnittää niinkään huomiota teorian operationalisointiin, koska tutkimuksessamme käytettävät käsitteet ja termistö ovat helposti ymmärrettäviä ja selkeitä. Kyselylomaketta käännettäessä englanniksi sen sijaan huomioimme vastaajien vaihtelevan englanninkielentaidon ja asettelimme kysymykset ja termistön helposti ymmärrettävään muotoon.

Suomenkielinen lomake käännettiin venäjäksi Villin Pohjolan venäläisen työntekijän toimesta. Villin Pohjolan toiveesta venäjänkielistä lomaketta yksinkertaistettiin hieman ja muutama kysymys jätettiin kokonaan pois vastaus-

aktiivisuuden korottamiseksi. Villillä Pohjolalla oli tiedossa, että venäläisten vastausmotivaatio tämänkaltaisiin kyselyihin on melko heikkoa. Samalla kyselyssä korostettiin Villille Pohjolalle tärkeimpiä aihealueita ja tutkinnallisia seikkoja. Huomioimme nämä seikat kokonaisanalyysissä.

Kyselomakkeesta ei tehty tarkoituksella liian pitkää tai monimutkaista. Ytimekkäällä kyselyllä pyrittiin saamaan mahdollisimman paljon vastaajia. Kyselylomakkeen rakenne ja muoto suunniteltiin huolellisesti. Kyselyn tekoon saatiin apua ja neuvoja Villin Pohjolan yksikönjohtajalta sekä opinnäytetyötä ohjaavalta opettajalta. Kyselylomakkeen tekoa varten otimme myös mallia aiemmista samankaltaisiin tutkimuksiin tehdyistä kyselyistä. Kyselylomaketta ei varsinaisesti testattu kenelläkään ulkopuolisella, sillä tarkalla suunnittelutyöllä valmistettu kysely oli mielestämme riittävän hyvä. Myös kiireellinen aikataulu vaikutti testauksen väliin jättämiseen.

Saatekirjeen sisältö ja muoto suunniteltiin myös tarkkaan. Saatekirje ei saanut olla liian pitkä ja sen tarkoituksena oli motivoida vastaajaa. Saatekirjeessä kerrottiin tutkimuksen tarkoituksesta ja painotettiin tutkimuksen kohteeksi valitun henkilön vastauksen tärkeyttä kokonaistutkimuksen kannalta, sillä kysely oli lähetetty vain 141 henkilölle. Saatekirjeessä mainittiin lisäksi kyselyyn vastaamisen nopeudesta, kyselyyn vastaaminen tulisi kestämään ainoastaan muutaman minuutin. Tehokkaimpana vastausmotivaation kohottajana saatekirjeessä toimi yhden viikonlopun mittainen kämppäloma-palkinto, joka tultaisiin arpomaan vastaajien kesken. Vastaajalla oli siis erittäin hyvät mahdollisuudet voittaa kyseinen palkinto, minkä uskottiin vaikuttavan myönteisesti vastausaktiivisuuteen. Saatteen ulkoasuun kiinnitettiin myös huomiota ja sen pohjaksi valittiin Villin Pohjolan mainoskirjepohja, johon oli liitettynä muutama idyllinen mökkikuva Suomen luonnosta. Saatekirjeen sisältö ja ulkoasu luotiin yhdessä Villin Pohjolan markkinointipäällikön kanssa.

Kysely lähetettiin muodollisesti Villin Pohjolan nimissä ja sähköpostiosoitteella, koska tämän uskottiin vaikuttavan myös myönteisesti vastausaktiivisuuteen. Vastausaikaa kyselylle annettiin yhden viikon verran ja muistutusviesti

kyselyyn vastaamisesta annettiin vielä kahta vuorokautta ennen kyselyyn vastaamisen takarajaa.

7 TUTKIMUSTULOKSET

7.1 Tulosten analysointi

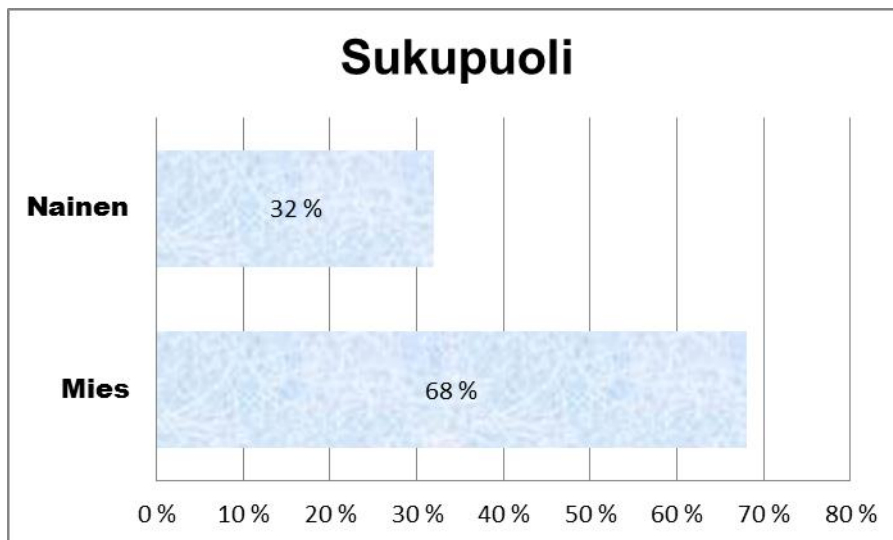
Englanninkielinen kysely lähetettiin 117 kansainväliselle asiakkaalle ja venäjänkielinen kysely 24 venäläiselle asiakkaalle. Vastauksia englanninkieliseen kyselyyn saatiin 19 ja venäjänkieliseen 6. Vastausprosentti englanninkielisen kyselyn osalta jäi 16,2 prosenttiin ja venäjänkielisen lomakkeen osalta 25 prosenttiin. Vastausaktiivisuus kokonaisuudessaan oli siis verrattain heikkoa.

Tutkimuksen tuloksia analysoidaan ja esitetään erilaisten taulukkojen ja kuvaajien avulla. Niiden avulla pyritään esittämään vastauksia asettamaamme tutkimusongelmaamme. Käytimme vastausten kokoamiseen ja analysoimiseen Googledocs -ohjelmaa. Kuvaajat ja diagrammin on tehty Microsoft Excel – ohjelmalla.

Esitämme jokaisen erillisen strukturoidun kysymyksen vastaukset kuvaajan avulla, jolloin tulosten analysointi ja hahmottaminen helpottuu. Analysoimme kansainvälisten asiakkaiden joukkoa yhtenä kokonaisuutena ja tiivistetymän, venäjänkielisen kyselylomakkeen vastaukset on lisätty kokonaisanalyysiin siltä osin kuin se on ollut mahdollista. Vähäisen vastausmäärän takia emme nähneet ristiintaulukointia tutkimusta edistävänä ja tarpeellisena tulosten analysoimisessa.

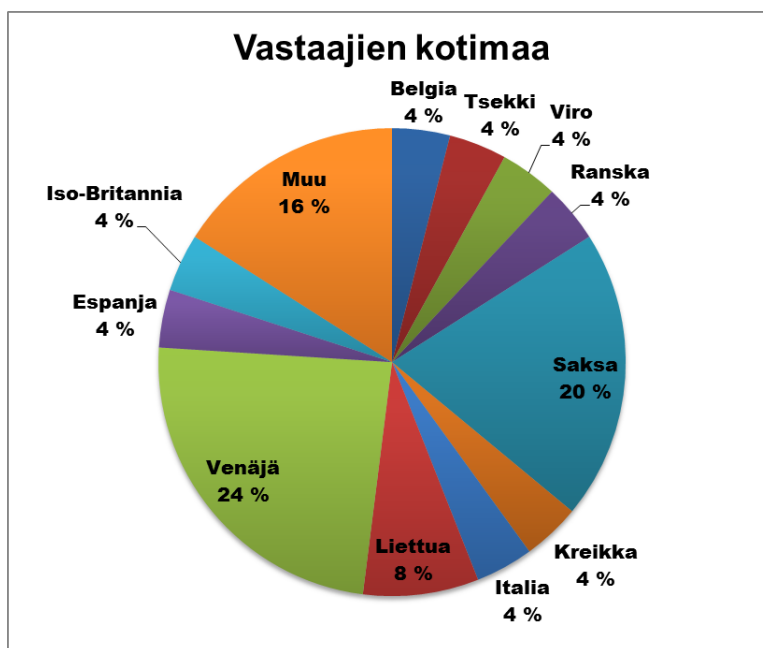
7.2 Vastaajien henkilötaustat

Vastanneista 68 % (17 kpl) oli miehiä ja 32 % (8 kpl) naisia (Kuvio 4).



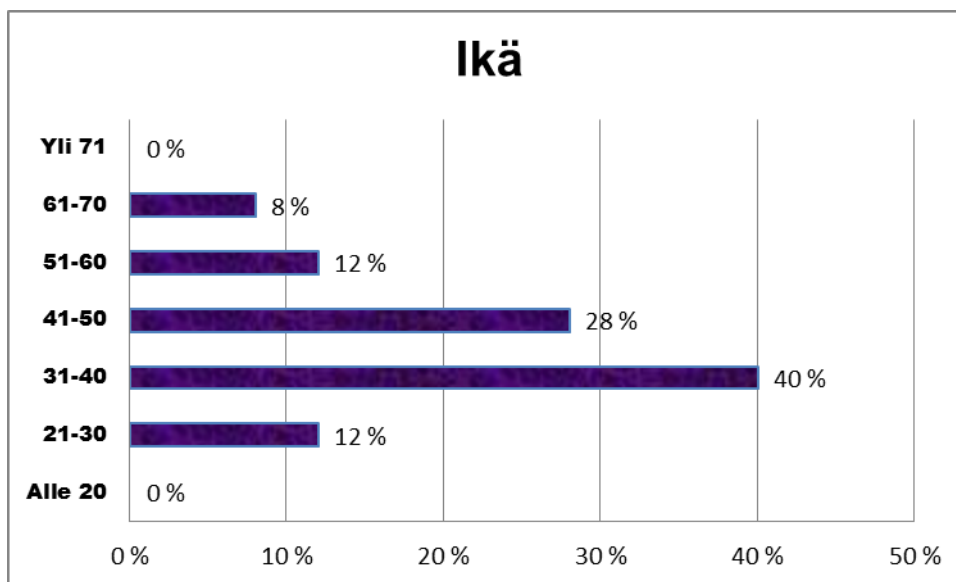
Kuvio 4. Vastaajien sukupuolijakauma. (N = 25)

Suurin osa vastanneista (6 kpl) oli venäläisiä. Tämä ei sinänsä tullut yllätyksenä, koska kansalaisuuksia katsottaessa Villin Pohjolan asiakasrekisterissä oli eniten venäläisiä. Toiseksi eniten vastauksia (5 kpl) saatiin saksalaisilta. Muista maista vastauksia palautui melko tasaisesti. (Kuvio 5.)



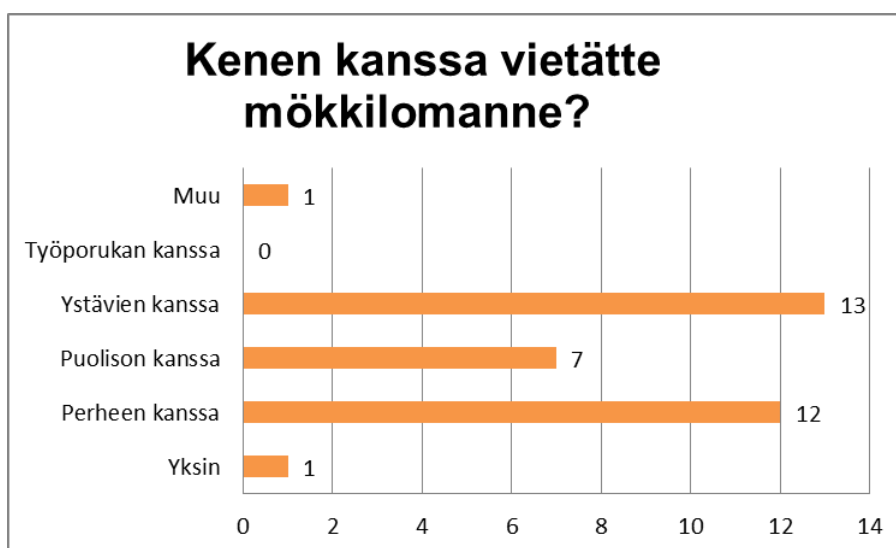
Kuvio 5. Vastaajien kotimaa. (N = 25)

Selvästi suurin osa vastanneista (68 %) sijoittui 31–50 ikävuoden välille. Alle 20 -vuotiailta ja yli 71 -vuotiailta emme saaneet vastauksia lainkaan. Suurimmaksi ikäryhmäksi (40 %) muodostui 31–40 -vuotiaat. (Kuvio 6.)



Kuvio 6. Vastaajien ikäjakauma. (N = 25)

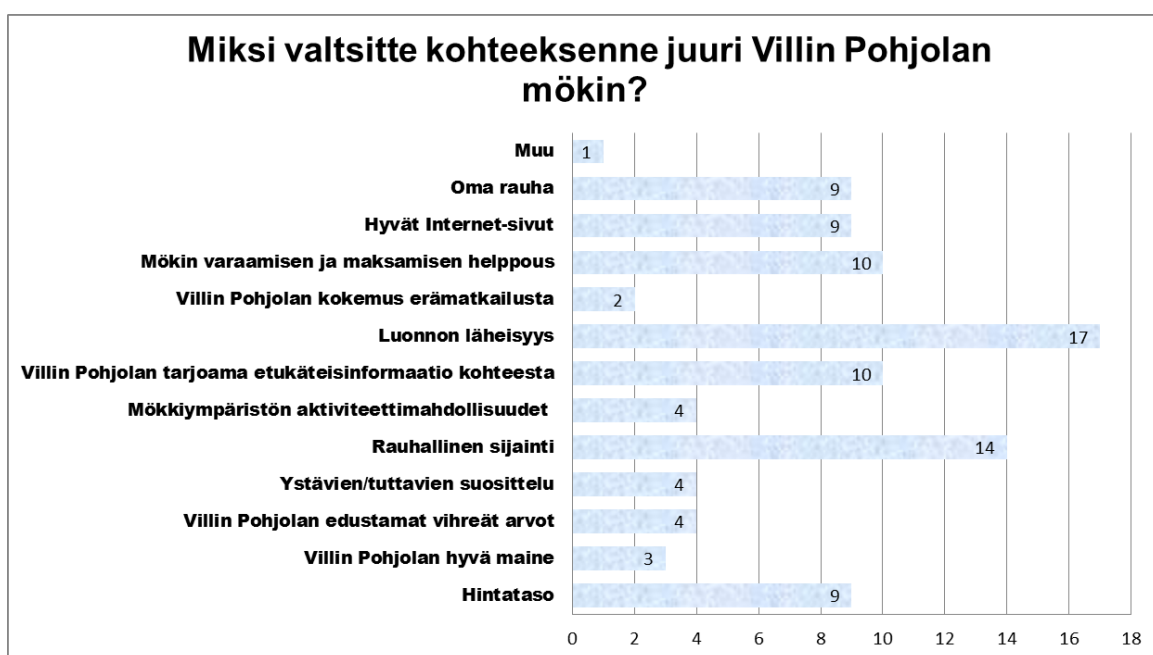
Suurin osa vastaajista (52 %) matkustaa Suomeen mökkilomalle ystävien tai perheen kanssa. Valtaosa (48 %) mökkeilee mielellään myös puolisonsa kanssa. Vain yksi vastaaja kertoo mökkeilevänsä myös yksin. Kukaan vastaajista ei mökkeile työporukan kesken. Kysymyksessä oli mahdollista valita useampi vaihtoehto. (Kuvio 7.)



Kuvio 7. Vastaajien matkaseura. (N = 25)

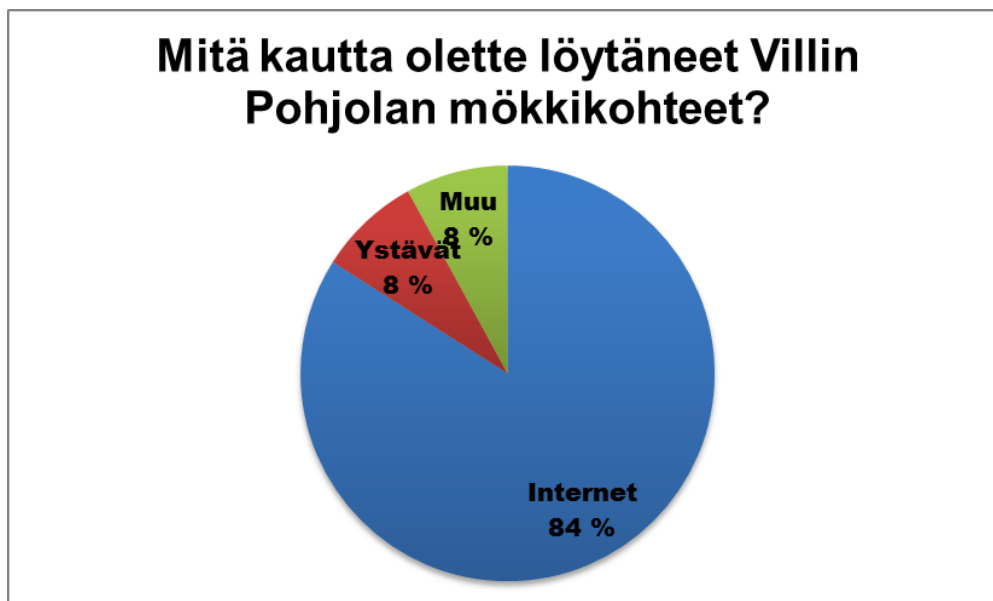
7.3 Villin Pohjolan vetovoimaisuus ja tavoitettavuus

Valtaosa vastaajista arvosti Villissä Pohjolassa eniten mökkien luonnonläheisyyttä ja rauhallista sijaintia. Seuraavaksi suurimpina vetovoimatekijöinä tutkimuksessa nousivat Villin Pohjolan etukäteisinformaatio kohteesta ja varauksen teon ja maksamisen helppous. Vastaajien mökinvuokrauspäätökseen vaikuttivat vähiten Villin Pohjolan maine sekä kokemus luontomatkailusta. Kaikki annetut vastausvaihtoehdot keräsivät kannatusta. Kysymyksessä oli myös mahdollista valita useampi vaihtoehto. (Kuvio 8.)



Kuvio 8. Villin Pohjolan vetovoimatekijät. (N = 25)

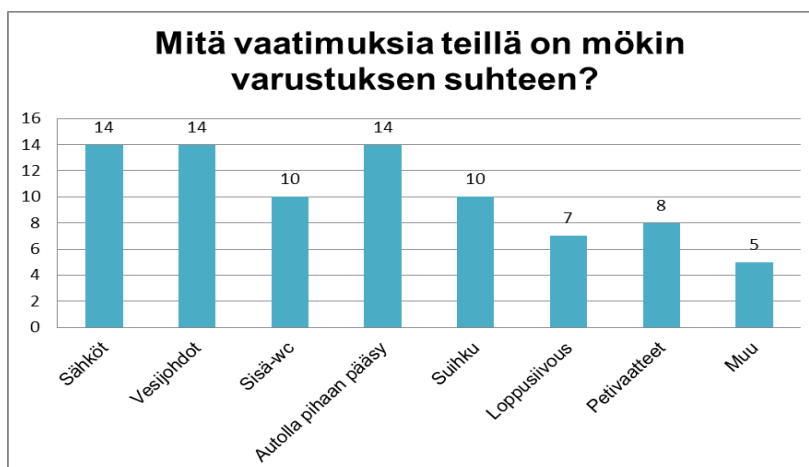
Lähes kaikki vastaajat ovat löytäneet Villin Pohjolan internetin välityksellä. Kaksi vastaajaa on löytänyt Villin Pohjolan ystävien kautta. Yksi vastaajista kertoi myös käyttäneensä apunaan paikallisia kontakteja. Yhdelle asiakkaalle suomalainen matkatoimisto oli suositellut Villin Pohjolan kohteita. (Kuvio 9.)



Kuvio 9. Villin Pohjolan tavoitettavuus. (N = 25)

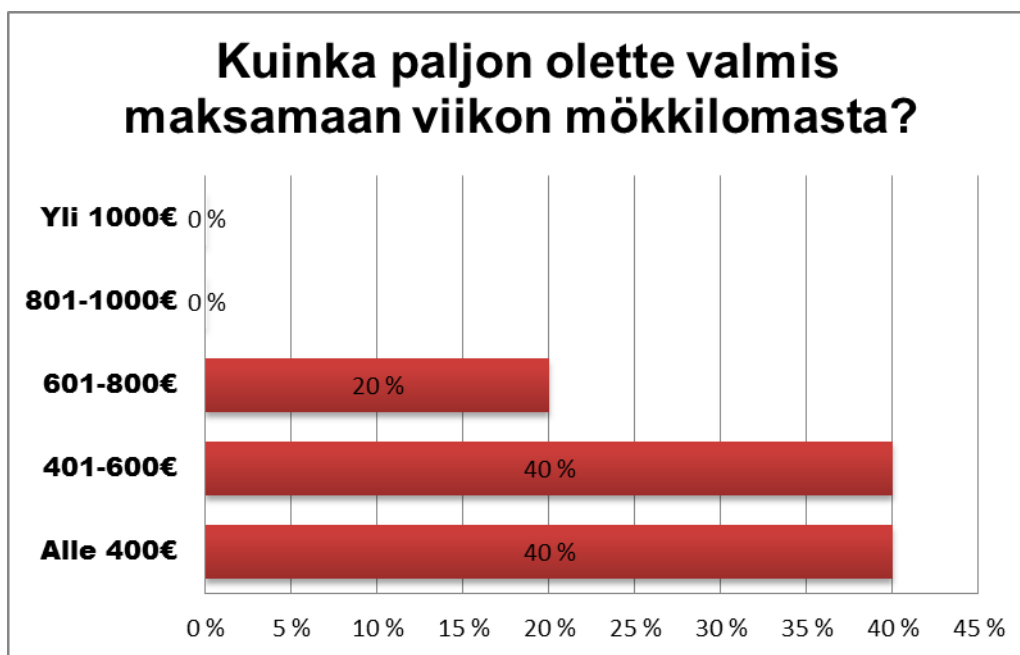
7.4 Vaatimukset mökkien suhteen

Mökin varustuksen suhteen tärkeimmiksi nousivat sähkötkä (56 %), juokseva vesi (56 %) ja saavutettavuus autolla (56 %). 40 % keskuudessa tärkeänä pidettiin myös sisäveden ja suihkun olemassaoloa. Loppusiivousta pidettiin vähiten tärkeänä (28 %). Kahdella vastaajista ei ollut mitään muita vaatimuksia mökin suhteen kuin se, että yleisilmeen piti olla siisti. Muina vaatimuksina varustuksen suhteen mainittiin suomalainen sauna. Emme lisänneet saunaa vaihtoehdoksi kyselylomakkeeseen Villin Pohjolan toiveesta, koska jokaisessa Villin Pohjolan mökissä on oletusarvoisesti sauna. Kysymyksessä oli mahdollista valita useampi vaihtoehto. (Kuvio 10.)



Kuvio 10. Vaatimukset mökin suhteen. (N = 25)

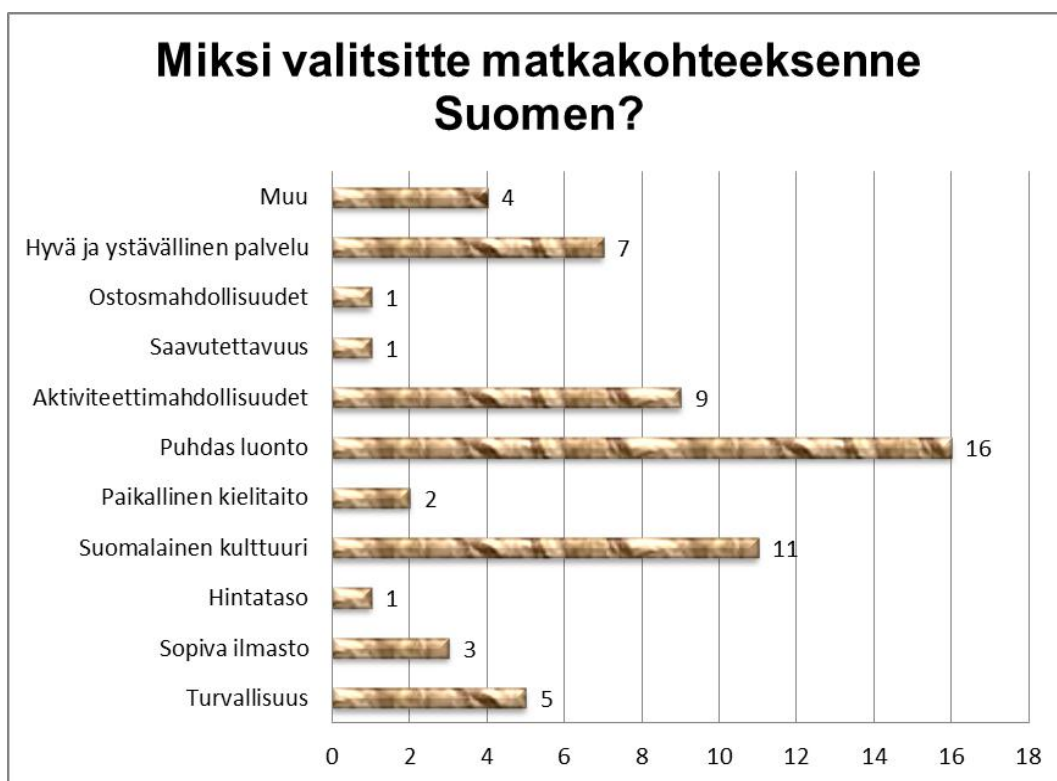
Vastaajista 40 % on valmis maksamaan vuokraa 401–600 euroa yhdestä viikosta vuokramökissä. Yhtä suuren prosenttimäärän mielestä alle 400 euroa on sopivin hinta. 20 % vastaajista on valmis maksamaan viikon lomasta 601–800 €. Yksikään vastaajista ei ole valmis maksamaan yli 801 € viikko-vuokraa. (Kuvio 11.)



Kuvio 11. Mökin hintataso. (N = 25)

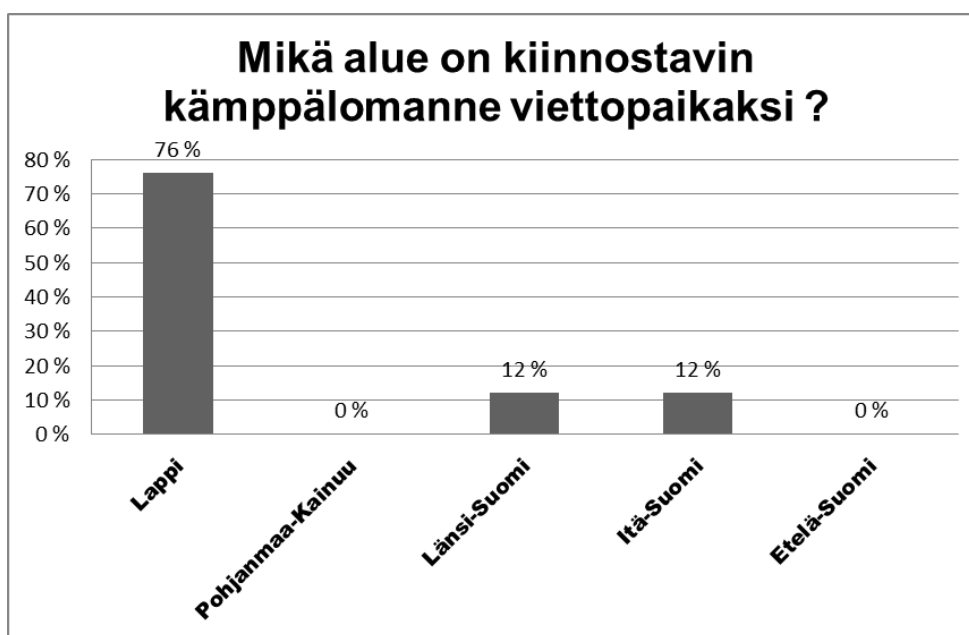
7.5 Suomen vetovoimatekijät

Suurimmalle osalle vastaajista (84 %) tärkeimmäksi vetovoimatekijäksi muodostui Suomen puhdas luonto. Seuraavaksi tärkeimmiksi tekijöiksi nousivat suomalainen kulttuuri sekä aktiviteettimahdollisuudet. Vähiten vetovoimaisiksi tekijöiksi Suomessa löydettiin saavutettavuus (5 %), hintataso (5 %) ja ostosmahdollisuudet (5 %). Muina vetovoimatekijöinä mainittiin suomalaiset ystävät tai perhe. Kysymyksessä oli mahdollista valita useampi vaihtoehto. Venäläisiä matkailijoita ei ole otettu huomioon kysymyksen analysoinnissa, koska tiivistetyimmistä venäjänkielisestä kyselylomakkeesta puuttui tämä kohta. (Kuvio 12.)



Kuvio 12. Suomen vetovoimatekijät. (n = 19)

Kiinnostavimmaksi kohdealueeksi muodostui ylivoimaisesti Lappi (76 % vastaajista). Länsi- ja Itä-Suomi herättivät myös kiinnostusta 12 %:an. Yksikään vastaaja ei valinnut Pohjanmaa-Kainuuta tai Etelä-Suomea kiinnostavimmaksi alueeksi mökkilomalle. (Kuvio 13.)



Kuvio 13. Kiinnostavin kohdealue mökkilomalle. (N = 25)

48 % vastaajista piti kesää kiinnostavimpana vuodenaikana mökkilomallensa. Toiseksi kiinnostavin vuodenaika on talvi (28 %). Vain yksi vastaaja piti kevättä kiinnostavimpana ajankohtana mökkilomailuun. (Kuvio 14.)



Kuvio 14. Kiinnostavin vuodenaika mökkilomalle. (N = 25)

Tiedustelimme asiakkaiden mieltymyksiä Suomen vetovoimatekijöistä asenneasteikon avulla. Venäjänkielisestä, tiivistetystä kyselylomakkeesta puuttui tämä kysymys, joten venäläisiä mökkiasiakkaita ei ole huomioitu tämän kohdan tarkastelussa. Tärkeimmäksi tekijäksi mökkikohteen valinnan suhteen nousi vesistön läheisyys, jota 95 % piti joko melko tai todella tärkeänä ja 74 % todella tärkeänä. Myös puhdasta ympäristöä 95 % piti joko melko tai todella tärkeänä, mutta todella tärkeänä vain 42 %. Muina tärkeinä tekijöinä esiin nousivat erityisesti puhtaan luonnon läheisyys ja kauniit maisemat, jota kumpaakin 90 % piti joko melko tai todella tärkeänä. Melko tärkeinä vetovoimatekijöinä pidettiin matkakohteen turvallisuutta, aktiviteettimahdollisuuksia ja kohteen ympäröivän luonnon suojelua. (Kuvio 15.)

Hyvän sään ja palvelujen läheisyyden suhteen vastaajat olivat välinpitämättömiä, kumpaankin kohtaan yli puolet vastaajista valitsi ”neutraali” -vaihtoehdon. Myös kohdissa, joita pidettiin yleisesti vähemmän tai ei lainkaan tärkeinä, ”neutraali” -vaihtoehdon osuus korostui. (Kuvio 15.)

Vähiten tärkeimpinä tekijöinä kohteen valinnassa pidettiin korkeatasoista majoitusta ja entuudestaan tuttua kohdetta. Korkeatasoista majoitusta 53 % ja entuudestaan tuttua kohdetta 47 % piti joko ei lainkaan tai vähemmän tärkeänä. ”Entuudestaan tuttu kohde” -kohdassa 26 % vastaajista valitsi ”ei lainkaan tärkeä” -vaihtoehdon, joka oli suurin jakauma kyseisen vastausvaihtoehdon kohdalla. (Kuvio 15.)

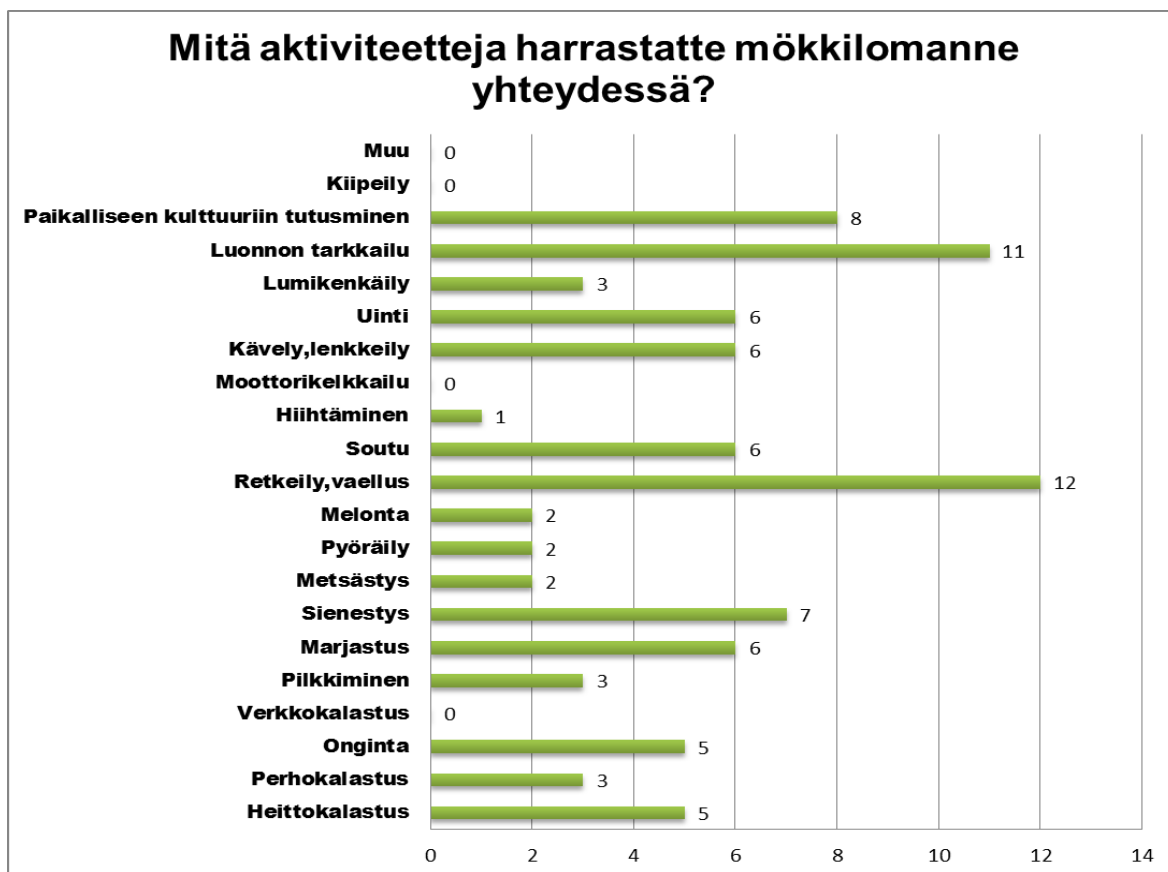


Kuvio 15. Suomen vetovoimatekijät. (n = 19)

7.6 Vastaajien harrastamat aktiviteetit

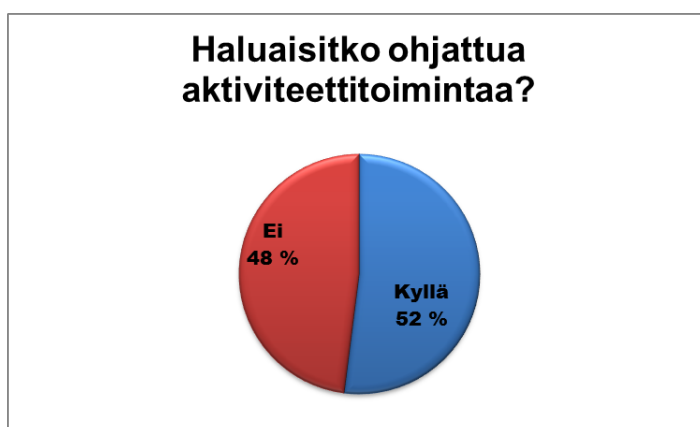
Harrastetuista aktiviteeteista suosituimmaksi nousi vaellus, jota 63 prosenttia vastaajista harrastaa. Toiseksi eniten vastaajat harrastavat luonnon tarkkailua (58 %). Myös paikalliseen kulttuuriin tutustuminen oli suosittua vastaajien keskuudessa (42 %). Vastaajista yksikään ei harrasta verkkokalastusta, kiipeilyä tai moottorikelkkailua. Kysymyksessä oli mahdollista valita useampi

vaihtoehto. Venäläisiä matkailijoita ei ole otettu huomioon kysymyksen analysoinnissa, koska venäjänkielisessä kyselylomakkeesta aktiviteettikysymys oli toteutettu erillä tavalla. (Kuvio 16.)



Kuvio 16. Aktiviteetit. (n = 19)

Hieman yli puolet (52 %) vastaajista olisi valmis ottamaan osaa ohjattuun aktiviteettitoimintaan (Kuvio 17).



Kuvio 17. Ohjatut aktiviteetit. (N = 25)

8 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimuksen perusteella kansainvälisistä asiakkaista Villin Pohjolan kämpän vuokraa useimmiten 31-50 -vuotias miespuolinen henkilö. Hän matkustaa mökkilomalleen mieluiten joko ystävien tai perheensä kanssa. Mökki vuokrataan yleensä jonkinlaisella porukalla, eikä yksin matkustaminen ole yleistä. Mökkiporukan keskipakko on Villin Pohjolan mukaan 5 henkeä (Keränen 2011), joten tutkimustulos tukee väitettä.

Mökin rauhallinen sijainti sekä luonnon ja erityisesti vesistön läheisyys ovat tärkeimmät motivaatiotekijät Villin Pohjolan mökin vuokraukseen, kun taas aktiviteetit ja toiminnalliset mahdollisuudet ovat vähemmän tärkeässä asemassa. Kansainväliset mökkiasiakkaat eivät tule Villin Pohjolan mökille erilaisten aktiviteettien harrastamisen perässä, vaan rentoutumaan ja rauhoittumaan koskemattoman luonnon keskelle. Tästä huolimatta Villin Pohjolan edustamalla vihreillä ja luontoa suojelevilla arvoilla ei näyttäisi olevan oleellista merkitystä mökinvuokrausyritystä valittaessa.

Villi Pohjola markkinoi vuokramökkejään ja palvelujaan erähenkisinä tuotteina, jotka soveltuvat juuri määrittelemämme asiakasprofiiliin omaavalle henkilölle. Tältä osin kansainvälisen mökkimatkailijan asiakasprofiili ei poikkea kovinkaan paljon kotimaisen mökkiasiakkaan profiilista (Keränen 2011). Mökinvuokraajat eivät ole myöskään kiinnostuneita Villin Pohjolan maineesta, eikä kokemuksesta luontomatkailun saralla. Villin Pohjolan mökkipalvelut ovat melko omatoimisia, joten palvelun tuottajan osuus on melko pieni kokonaispalveluprosessin toteutumiseen. Villin Pohjolan kansainvälinen asiakas on siis myös omatoiminen matkailija. Asiakas itse tekee mökkilomastaan oman näköisensä.

Ei ole yllättävää, että mökkikohdetta etsittäessä Internetillä on suuri merkitys. Käyttäjystävälliset Internet-sivut ovat myös tärkeässä osassa mökkiä vuokrattaessa ja maksettaessa sekä kohteesta tietoa haettaessa. Tutkimuksen mukaan Villin Pohjolan käyttäjystävälliset Internet-sivut sekä mökin varaa-

misen ja maksamisen helppous ovat olleet merkittäviä tekijöitä, joiden perusteella useat kansainväliset asiakkaat ovat valintansa tehneet.

Villin Pohjolan kansainvälisillä asiakkailla ei ole yleisesti kovinkaan suuria vaatimuksia kämpän varustetason suhteen. Vain hieman yli puolet vastaajista vaatii mökilleen edes jonkinasteisia mukavuuksia, kuten sähköt ja vesiputket ja 56 % vastaajista haluaa päästä mökin pihaan omalla autolla. Asiakkaat ovat yleisesti ottaen varsin erähenkisiä ja itse mökissä oleskelu ei ole loman tarkoitus, vaan mökkiä ympäröivä luonto. Villin Pohjolan käpyluokitusta tarkastellessa kansainvälinen asiakas tulee todennäköisesti valitsemaan mökinsä 1-4 kävyn luokasta. Hän ei siis hae aivan parhaiten varusteltua mökkiä, vaan tyytyy vähäisempiin mukavuuksiin. Tätä väitettä tukee myös asenneasteikolla mitattu kiinnostus korkeatasoista majoitusta kohtaan, asteikossa yksikään vastaajista ei pitänyt tätä kohtaa edes vähän tärkeänä. Kansainvälinen asiakas ei ole valmis maksamaan mökistä yli 800 € viikolta, vaan maksuvalmius asettuu pääosin alle 600 euron.

Hintakysymyksen vastauksia analysoidessamme pohdimme myös kysymyksen psykologista merkitystä vastaajalle. Vastaaja on saattanut tietoisesti asettaa maksuvalmiutensa todellista alemmaksi, koska tällä tavoin hän saattaa uskoa vaikuttavansa laskevasti olemassa oleviin vuokrahintoihin. Myös kyselyn ”vapaa sana” -kentässä muutama vastaaja valitteli mökkien korkeita vuokrahintoja ja hintojen nousua mökkien varustetasoon nähden.

Luonnonoloiltaan koskemattomin Lappi oli Suomen alueista odotetusti kiinnostavin. Lappi mielletään ulkomaalaisten keskuudessa usein puhtaaksi, luonnontilaiseksi alueeksi, joka tarjoaa mahdollisuuden rauhoittumiselle ja aidolle luontomatkalle. Villin Pohjolan mökkitarjonta onkin keskittynyt pitkälti Lapin alueelle. Vuodenajallisesti kansainväliset mökkimatkailijat haluavat kokea Suomen luonnon yleensä kesällä. Tuloksena tämä ei ole yllättävä, koska olosuhteet kesällä ovat mökkeilyn kannalta otollisimmat ja vaivattomimmat. Myös talvi on suosittua aikaa mökkilomalle, erityisesti Lapissa Suomen talvi tarjoaa ainutlaatuisen ja eksoottisen ympäristön mökkeilylle.

Suomen vetovoimatekijöistä puhuttaessa korostetaan usein puhtaan ja koskemattoman luonnon merkitystä (esim. Matkailun edistämiskeskus 2010). Myös tässä tutkimuksessa puhdas luonto ja sen läheisyys nousee selvästi kiinnostavimmaksi tekijäksi Suomen valitsemisessa matkakohteeksi. Myös suomalainen kulttuuri herättää mökkeilijöiden keskuudessa kohtalaisen suurta kiinnostusta, 58 % vastaajista nosti suomalaisen kulttuurin yhdeksi valintakriteeriksi kohdetta valittaessa.

Hieman yllättävää oli huomata että esimerkiksi MEK:in Kansainvälinen luontomatkailu -tutkimuksesta poiketen Suomen turvallisuus ei kuulunut maamme päävalintakriteereihin, vaan vain alle kolmasosa vastaajista piti Suomen turvallisuutta tärkeänä valintakriteerinä. Kuitenkin mökkikohdetta tarkemmin valittaessa turvallisuutta tärkeänä piti lähes puolet vastaajista. Tutkimuksemme tulokset tukevat aikaisempia tutkimuksia siltä osin, että kansainvälinen luontomatkailija pitää Suomen hintatasoa liian korkeana. Kuitenkin tuloksista on pääteltävissä myös se, että Villin Pohjolan hinnat ovat kansainvälisten asiakkaiden mielestä Suomen mittapuulla sopivat.

Erilaiset vähäistä fyysistä työtä vaativat virkistytymisaktiviteetit näyttäisivät olevan suosituimpia Villin Pohjolan kansainvälisten asiakkaiden keskuudessa. Tärkeimpinä aktiviteetteina nousivat esiin vaellus sekä luonnon tarkkailu. Sienten ja marjojen poiminta keräsivät hyötyliikunta-aktiviteeteista jopa kalastusta enemmän mielenkiintoa osakseen, ja erilaiset kalastusmuodot keräsivätkin yllättävän vähän suosiota kyselyssä.

Vain 47 % vastaajista valitsi aktiviteetit merkittäväksi vetovoimatekijäksi valitessaan Suomen kohdemaakseen mökkilomalle. Edelleen mökkiympäristön vetovoimatekijöistä puhuttaessa ympäristön tarjoamilla aktiviteeteilla näyttäisi olevan vielä vähemmän merkitystä. Tuloksista voidaan päätellä että kansainvälinen mökkiasiakas ei ole erityisen aktiviteettikeskeinen matkailija vaan keskittyy enemmänkin luonnonympäristön tarkkailuun ja tutkiskeluun sekä omasta rauhasta nauttimiseen, jolloin erilaiset aktiviteetit jäävät usein sivutuotteeksi.

9 POHDINTA

Kyselyjen keskiarvollinen vastausprosentti (17,7 %) jätti vastaajien kokonaismäärän varsin alhaiseksi (25 kpl), joten tutkimuksen tuloksia ei voida pitää täysin luotettavina ja yleistettävänä, vaikka ne pitkälti tukevatkin aikaisempien vastaavien tutkimuksien tuloksia. Vastaajien mielenkiintoa ei saatu herätettyä tarpeeksi, vaikka työtä tämän eteen tehtiin runsaasti kyselyä suunniteltaessa ja toteuttaessa. Olimme kuitenkin tietoisia jo tutkimukseen ryhtyessämme, että tutkittava joukko tulee jäämään suhteellisen pieneksi.

Vastaavat aiemmin tehdyt tutkimukset Villin Pohjolan suomalaiselle asiakaskunnalle ovat keränneet suuremman vastausprosentin. Ulkomaalaisten asiakkaiden mielenkiintoa on vaikea herättää sähköpostin välityksellä lähetettävällä kyselyllä, joka ei ole tehty heidän omalla äidinkielellään. Internetin välityksellä liikkuu päivittäin runsaasti jos jonkinnäköistä kyselyä ja yritysten markkinointimateriaalia synnyttäen informaatiotulvan, joka tekee asiakkaiden tavoittamisesta entistä haastavampaa. Vaikka kyselyn kieli pyritäisiin pitämään mahdollisimman yksinkertaisena ja selkeänä, vieraskieliseen kyselyyn vastataan usein passiivisemmin. Venäjänkielisen kyselylomakkeen vastausprosentti olikin parempi kuin englanninkielisen, mutta toisaalta venäjänkielinen kyselylomake oli englanninkielistä lyhyempi. Useat kansainväliset asiakkaat voivat kokea Villin Pohjolan palvelujen olevan myös varsin etäisiä, vaikka he ovatkin niitä joskus käyttäneet. Vastausaktiivisuuteen vaikuttaa ennen kaikkea se, että tutkittavan asian tulisi olla luonnostaan vastaajalle tärkeä tai kiinnostava.

Venäjänkielisen kyselylomakkeen erilainen muoto vaikeutti hieman tutkimuksen analysointia ja tulosten esittämistä, mutta kokonaisuudessaan kummatkin kyselylomakkeet olivat mielestämme onnistuneita. Niiden muoto oli tarpeeksi lyhyt ja selkeä, eivätkä ne vieneet vastausaikaa muutamaa minuuttia kauempaa. Kysymykset oli suunnattu oikealle asiakasjoukolle, ja Villin Pohjolan toiveesta lisättyä ”vapaa sana” -kenttää lukuun ottamatta, tutkimuksen kannalta epäolennaisia kysymyksiä ei ollut. Kaikki kysymykset oli myös rakennettu helposti ymmärrettävään muotoon ja aihejako oli looginen; ne tuki-

vat hyvin esitettyä teoriaa ja aikaisempia tutkimustuloksia ja vastaukset saatiin niihin kysymyksiin, mitä tutkimussuunnitelmassa päätettiin alun perinkin tutkia. Tutkimuksen validiteettia voidaankin pitää hyvänä.

Aikataulullisesti opinnäytteen aloittaminen viivästyi ja sitä päästiin aktiivisesti tekemään vasta syyskuussa, joten alkuperäinen suunnitelma valmistua jouluksi paljastui epärealistiseksi. Opinnäytetyön tekeminen oli tarkoitus aloittaa jo kesällä, mutta toimeksiantajaa oli silloin vaikea tavoittaa ja työt sekä muut opiskelut veivät aikaa myös tekijöiltä. Tekijöiden maantieteelliset välimatkat myös hankaloittivat yhteistä työskentelyä, toinen tekijöistä asui Rovaniemellä, toinen Oulussa. Alkuun päästyämme teoriaosuus alkoi kuitenkin syntyä nopeasti ja myös kyselylomake saatiin suunniteltua ja lähetettyä melkoisen nopealla aikataululla. Tutkimusosuus rakennettiin kasaan pääosin muutaman yhteisen tapaamispäivän aikana ja kokonaisuutena tällainen opinnäytetyöprosessi oli tekijöiden vähäisestä yhteisestä ajasta ja aikataulutushaasteista huolimatta toimiva.

LÄHTEET

- Borg, P. 1997. Kestävä kehitys – Kestävyys matkailussa? – Teoksessa Kestävä Matkailu. Kestävän matkailun julkaisuja I (Toim. Matkailun osaamiskeskus ja Matkailualan verkostoyliopisto, Joensuun yliopisto, Savonlinna), 34-60. Mynämäki: Mynäprint Oy.
- Hemmi, J. 2005. Matkailu, Ympäristö, Luonto. Jyväskylä. Gummerus Kirjapaino Oy.
- Hemmi, J. 1995. Ympäristö- ja luontomatkailu. Kokkola: KP Paino.
- Hirvonen, J - Puustinen, S. 2008. Vapaa-ajan asumisen uudet tuulet. Suomalaisen näkemyksiä vapaa-ajan asumisesta. Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus ja koulutuskeskus. Julkaisu B94. TKK.
- Hynönen, A. 2002. Matkailun alueellinen suunnittelu kestävän kehityksen näkökulmasta. – Teoksessa Luonto matkailukohteenä: virkistystä ja elämyksiä luonnosta. Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja 866. (Toim. Saarinen, J & Järviluoma, J.), 135-147. Rovaniemen painatuskeskus Oy. Rovaniemi.
- Kaleva 2002. Ulkomaalaisten kalastusmatkailu yhä jyrkässä kasvussa. Osoitteessa <http://www.kaleva.fi/uutiset/ulkomaalaisten-kalastusmatkailu-yha-jyrkassa-kasvussa/266379>. 8.11.2011.
- Keränen, M. 2002. Asiakastarvetutkimus. Villin Pohjolan kämppäloima. Matkailualan PD, Loppuraportti. Lapin yliopisto.
- Keränen, M. 2011. Villin Pohjolan yksikköpääliikön kanssa käyty keskustelu. 25.10.2011.
- Komppula, R. 2002. Luontoelämys matkailutuotteeksi – markkinoinnin näkökulma tuotekehitykseen. – Teoksessa Luonto matkailukohteenä: virkistystä ja elämyksiä luonnosta. (toim. J. Saarinen & J. Järviluoma), 45-65. Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja 866. Metsäntutkimuslaitos.
- Kurri, M 2010. Kesäasumisen kulttuurihistoriaa – viikonloppu majoja ja kakskoteja. Osoitteessa http://www.rakennusperinto.fi/rakennusperintomme/artikkelit/fi_FI/kesaasunnot/. 17.06.2010.
- Laki Metsähallituksesta 30.12.2004/1378. 9§. Julkisten hallintotehtävien ratkaisuvallta. Osoitteessa <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2004/20041378#a1378-2004>. 24.11.2011.

- Matikainen, A. 2006. Sustainable Hunting Tourism – Business Opportunity in Northern Areas?. Overview of Hunting and Hunting Tourism in Four Northern Countries: Finland, Sweden, Island and Canada. Reports 19. Ruralia institute. University of Helsinki. Osoitteessa <http://www.helsinki.fi/ruralia/julkaisut/pdf/reports19.pdf>. 8.11.2011.
- Matkailun edistämiskeskus 2010. Kansainvälinen Luontomatkailututkimus 2010. Osoitteessa [http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/4345083904040872c22577ab0034f4a8/\\$FILE/A169%20Kansainv%C3%A4linen%20luontomatkailututkimus%202010%20Korj.pdf](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/4345083904040872c22577ab0034f4a8/$FILE/A169%20Kansainv%C3%A4linen%20luontomatkailututkimus%202010%20Korj.pdf). 10.11.2011.
- Metsähallitus 2008. Villi Pohjola – Eräsetti Wild North, Luonnon rauhaa, elämyksiä ja irtiottoja arjesta. Osoitteessa <http://www.metsa.fi/sivustot/metsa/fi/ajankohtaista/Julkaisut/Metsahallituksenvuosiraportit/vuosikertomus%202008/liiketoimintaportfolio/Sivut/VilliPohjolaErasettiOy.aspx>. 01.04.2011.
- Metsähallitus 2006. Metsähallituksen Villi Pohjola verkostoituu mökkiyrittäjien kanssa. Osoitteessa <http://www.metsa.fi/sivustot/metsa/fi/ajankohtaista/Tiedotearkisto/Tiedotteet2006/Sivut/MetsahallituksenVilliPohjolaverkostoituumokkiyrittajienkanssa.aspx>. 19.05.2011.
- Metsäntutkimuslaitos 2009. Metsästä hyvinvointia (HYV). Luontomatkailija tulee yhä useammin ulkomailta. Osoitteessa <http://www.metla.fi/ohjelma/hyv/ajankohtaista.htm>. 08.07.2009.
- Nieminen, M, 2009. Tilastokeskus. Kesämökkibarometri 2009. Osoitteessa http://www.tem.fi/files/22175/Mokkibaro08_raportti.pdf. 19.3.2009.
- Perrels, A – Kangas, E. 2007. VATT-keskustelualoitteita. Vapaa-ajan asuntojen omistus ja käyttö – Esiselvitys ekotehokkuuden kartoitusta varten. Helsinki 2007. Osoitteessa http://www.vatt.fi/file/vatt_publication_pdf/k417.pdf. 05.09.2011.
- Pohjois-Karjalan vaellusreittiopas 2004. Kansallispuistoissa eri säännöt. Osoitteessa <http://www.vaellus.info/kansallispuistot.php>. 8.11.2011.
- Saarinen, J. 2005. Luontomatkailun kehittäminen ja tutkimus Suomessa. Metlan työraportteja 20. Osoitteessa <http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2005/mwp020-14.pdf>. 7.11.2011.

- Suomen Latu 2011. Maastohiihto. Osoitteessa http://www.suomenlatu.fi/suomen_latu/talvilajit/hiihto/. 8.11.2011.
- Suomen Standardisoimisliitto SFS ry. 2011. Ympäristöjärjestelmä. Osoitteessa <http://www.sfs.fi/iso14000/ymparistojarjestelma/>. 11.11.2011.
- Tilastokeskus 2010. Kesämökit 2010. Osoitteessa http://www.stat.fi/til/rakke/2010/rakke_2010_2011-05-26_kat_001_fi.html. 26.05.2011.
- Tilastokeskus 2007. Huvilaomistuksesta koko kansan mökkeilyyn. Osoitteessa <http://www.stat.fi/tup/suomi90/kesakuu.html>. 18.06.2007.
- Tilastokeskus 2009. Kesämökit 2009. Osoitteessa http://www.stat.fi/til/rakke/2009/rakke_2009_2010-05-28_kat_001_fi.html. 28.05.2010.
- Turunen A. 2009. Kestävän matkailun infopaketti. Osoitteessa <http://www.smal.fi/index.php?430>. 9.11.2011.
- Saarinen, J. 2002. Luonto 'uuden matkailun' elämystuotannossa: katsaus Pohjois Suomen luontoon perustuvan matkailun kehitykseen. – Teoksessa Luonto matkailukohteena: virkistystä ja elämyksiä luonnosta. (toim. J. Saarinen & J. Järviluoma), 45-65. Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja 866. Metsäntutkimuslaitos.
- Sievänen, T. - Pouta, E. 2002. Kesämökki – portti luontoon. – Teoksessa Luonto matkailukohteena: virkistystä ja elämyksiä luonnosta. (toim. J. Saarinen & J. Järviluoma), 177-190. Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja 866. Metsäntutkimuslaitos.
- Silvennoinen, H. – Tahvanainen L. – Tyrväinen L. 1997. Matkailu, maaseutu ja ympäristö. – Teoksessa Kestävä Matkailu. Kestävän matkailun julkaisuja I (Toim. Matkailun osaamiskeskus ja Matkailualan verkostoyliopisto, Joensuun yliopisto, Savonlinna), 13-33. Mynämäki: Mynäprint Oy.
- Suikkanen, P. 1997. Luontomatkailu, ympäristökasvatuksen vaativa savotta. Teoksessa Kestävä Matkailu. Kestävän matkailun julkaisuja I (Toim. Matkailun osaamiskeskus ja Matkailualan verkostoyliopisto, Joensuun yliopisto, Savonlinna), 13-33. Mynämäki: Mynäprint Oy.
- Villi Pohjola 2011. Kämpyluokitus. Osoitteessa <http://www.villipohjola.fi/sivustot/VilliPohjola/fi/kamppalomat/Sivut/Käpyluokitus.aspx>. 7.11.2011.

Villi Pohjola 2011. Villi Pohjola – Hyvää oloa luonnosta. Osoitteessa http://villipohjola.fi/sivustot/villipohjola/fi/villipohjola_esittely/sivut/villipohjola_esittely.aspx. 13.06.2011.

Villi Pohjola 2011. Varaa kämpä lomalle - Villin Pohjolan eräkämpät ja lomamökit. Osoitteessa <http://villipohjola.fi/sivustot/villipohjola/fi/kamppalomat/sivut/kamppalomat.aspx>. 07.11.2011.

Villi Pohjola 2011. Eräelämysopas 2011. Puna Musta. Iisalmi.

LIITTEET

Englanninkielinen saate
Venäjänkielinen saate
Englanninkielinen kysely
Venäjänkielinen kysely

Liite 1
Liite 2
Liite 3
Liite 4



3.11.2011

Survey of travel motives for Wild North's international customers

Please answer our survey and win a cabin holiday in Finland!

Wild North is researching its' international customers' travel motives and wishes for a cabin holiday in Finland. We hope you to answer this quick survey so Wild North can develop their cabin services to match the hopes of international customers.

Answering takes only a few minutes. All the answers will be processed confidentially and anonymously. **We are looking your answer by Wed 9.11. at the latest.**

Your email address has been picked from Wild North's customer register. We will appreciate your answer, because we have sent this survey only to 150 persons.

By answering you enter yourself to a drawing and will have an opportunity to win a one-weekend-holiday (from Fri to Sun) at Wild North's cabin! Wild North informs the winner personally by e-mail.

Please answer survey [here](#).

Thanking you in advance!





7.11.2011

Исследование мотивов путешествий у международных клиентов Wild North

Заполнив нашу анкету Вы сможете выиграть размещение в одном из наших коттеджей

Компания WildNorth проводит исследование мотивов путешествий, а так же пожеланий по размещению в коттеджах на территории Финляндии среди своих клиентов. Мы надеемся что Вы заполните нашу небольшую анкету которая поможет нам улучшить и разнообразить наши услуги согласно Вашим пожеланиям.

Заполнение анкеты займет несколько минут. Все ответы будут рассмотрены конфиденциально и анонимно. Крайний срок ответа пятница 11.11.2011

Ваш адрес был выбран из реестра клиентов WildNorth, так как для нас очень важно мнение наших клиентов, анкеты были посланы только 150 клиентам.

Ответив на нашу анкету Вы автоматически становитесь участником розыгрыша размещения в одном из наших коттеджей с пятницы по воскресенье. Победитель будет персонально извешен нами по электронной почте.

Пожалуйста заполните анкету [здесь](#).

Большое спасибо за Ваше внимание !



In a case you can't open link please copy url below to your browser:

<https://docs.google.com/spreadsheet/viewform?formkey=dFItU3QOWEpndmXpZHMxWFFaamluT3c6MQ>

WILD NORTH'S FOREIGN CUSTOMERS' TRAVEL MOTIVES -SURVEY

Please answer all the questions. In case you want to take part in drawing, please fill out your contact information in the end of the survey.

1. Gender *

- ☐ Male
- ☐ Female

2. Home country *

3. Age *

- ☐ Under 20
- ☐ 21-30
- ☐ 31-40
- ☐ 41-50
- ☐ 51-60
- ☐ 61-70
- ☐ Over 71

4. Why did You choose Finland as your destination? You can choose several options.

- ☐ Safety
- ☐ Suitable climate
- ☐ Price level
- ☐ Finnish culture
- ☐ Local language skill

- ☐ Pure nature
- ☐ Opportunity for activities
- ☐ Accessibility
- ☐ Shopping opportunities
- ☐ Good and friendly service
- ☐ Other:

5. Why did You rent Your cabin from Wild North? * You can choose several options.

- ☐ Price level
- ☐ Wild North's good reputation
- ☐ Green values represented by Wild North
- ☐ Recommendations from friends / acquaintances
- ☐ Peaceful location
- ☐ Activities offered by cabin environment
- ☐ Upfront information offered by Wild North
- ☐ Proximity of Nature
- ☐ Wild North's experience in nature travel
- ☐ Ease of reserving and paying
- ☐ User-friendly Internet page
- ☐ Calm and quiet
- ☐ Other:

6. How did You find Wild North? *

- ☐ Internet
- ☐ Friends
- ☐ Other:

7. Which location is the most interesting regarding Your vacation? *

- ☐ Lapland

- ☐ Ostrobothnia
- ☐ Western Finland
- ☐ Eastern Finland
- ☐ Southern Finland

8. Which season is the most interesting regarding Your vacation? *

- ☐ Spring
- ☐ Summer
- ☐ Autumn
- ☐ Winter

9. Who do You spend Your cabin holiday with? * You can choose several options.

- ☐ Alone
- ☐ With family
- ☐ With partner
- ☐ With friends
- ☐ With co-workers
- ☐ Other:

10. What kind of requirements do You have according to cabin's equipment * You can choose several options.

- ☐ Electricity
- ☐ Water pipes
- ☐ Indoor toilet
- ☐ Accessibility by car
- ☐ Shover
- ☐ Cleaning up after staying
- ☐ Bed sheets
- ☐ Other:

- 11. How much would You pay for one week holiday at a cabin? * You can choose several options.

- ☐ Under 400€
- ☐ 401-600€
- ☐ 601-800€
- ☐ 801-1000€
- ☐ Over 1000€

12. What activities do You practice in Your cabin vacation? * You can choose several options.

- ☐ Throw fishing
- ☐ Fly-fishing
- ☐ Angling
- ☐ Fishing with net
- ☐ Ice fishing
- ☐ Berry-picking
- ☐ Mushroom-picking
- ☐ Hunting
- ☐ Cycling
- ☐ Paddling
- ☐ Hiking
- ☐ Rowing
- ☐ Skiing
- ☐ Snowmobiling
- ☐ Walking, jogging
- ☐ Swimming
- ☐ Snowshoeing
- ☐ Watching wildlife
- ☐ Exploring local culture
- ☐ Climbing
- ☐ Other:

13. Would You like to take part in supervised activities? *

- ☐ Yes
- ☐ No

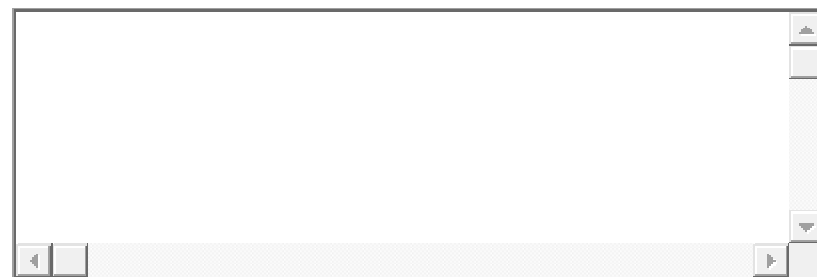
14. How important do You find following aspects when choosing Your cabin destination?
(1= not important, 2= less important, 3= neutral, 4= important, 5= very important)

	1	2	3	4	5
Cabin near water	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Beautiful scenery	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cabin surrounded by pure nature	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Safe destination	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Clean environment	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opportunity for activities	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Friendly and hospitable service	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Good weather	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Good food	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Good reputation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Green values	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Surrounding nature is protected	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Long distance to nearest neighbour	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Closeness of services	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
High-standard accommodation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Large supply of culture	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Familiar destination	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

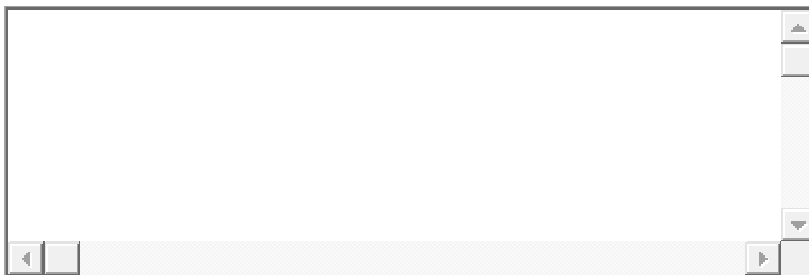
15. What else would have wished according to your cabin holiday?



16. Free word



If You want to take part in drawing of free cabin holiday, please fill out your name and e-mail address:



1. Пол *

- ☐ Мужчина
- ☐ Женщина

2. Возраст *

- ☐ < 20
- ☐ 20 – 35
- ☐ 35 – 50
- ☐ >50

3. Почему Вы выбрали коттеджи Villi Pohjola ? Вы можете выбрать несколько вариантов ответа *

- ☐ Стоимость
- ☐ Хорошая репутация компании Villi Pohjola
- ☐ Совет друзей или знакомых
- ☐ Хорошее расположение коттеджа
- ☐ Близость коттеджа к инфраструктуре
- ☐ Подробная информация о коттедже на интернет странице компании Villi Pohjola
- ☐ Близость к природе
- ☐ Простота бронирования и оплаты коттеджа

4. Как Вы нашли информацию о коттеджах Villi Pohjola ? *

- ☐ Интернет
- ☐ От друзей / знакомых

5. Какой регион Финляндии наиболее привлекателен для Вас *

- ☐ Лапландия
- ☐ Регион Оулу
- ☐ Западная Финляндия

- ☐ Восточная Финляндия
- ☐ Южная Финляндия

6. Какое время года, по Вашему мнению наиболее подходит для аренды коттеджа ? *

- ☐ Зима
- ☐ Весна
- ☐ Лето
- ☐ Зима

7. С кем Вы проводили время в коттедже ? *

- ☐ Один/Одна
- ☐ С семьей
- ☐ С другом/подругой
- ☐ С друзьями
- ☐ В компании сотрудников с работы
- ☐ Другое

8. Какие Ваши пожелания по оснащению коттеджа ? *

- ☐ Электричество
- ☐ Вода
- ☐ Туалет
- ☐ Душ
- ☐ Финальная уборка
- ☐ Постельное белье
- ☐ Возможность подъезда на автомобиле
- ☐ Другое

9. Какую сумму Вы готовы платить за аренду коттеджа в неделю ? *

- ☐ не более 400 Евро
- ☐ 400 – 600 Евро
- ☐ 601 – 800 Евро

- ☐ 801 – 1000 Евро
- ☐ более 1000 Евро

10. Чем Вы занимаетесь во время проживания в коттедже ? *

- ☐ Рыбалка
- ☐ Охота
- ☐ Водные виды спорта (каное, каяк, рафтинг и т.д.)
- ☐ Лыжные походы
- ☐ Снегоходные походы, экспедиции
- ☐ Пешие походы

11. Вы предпочитаете проводить свой отпуск независимо или приобретать экскурсии и сафари ? *

- ☐ Да
- ☐ Нет

12. Чего по Вашему мнению не хватало во время Вашего проживания в коттедже ?

13. Хотите ли Вы добавить что либо от себя ?

14. Имя и адрес электронной почты